LE TERRITOIRE EN PERSONNE(S)

MADINMAG

NOV/DEC
2026
N° 121

EWAG



KATY LARGEN
directrice générale de COMIA

LES RITUELS DE LA FÊTE

DOSSIER | À LA RECHERCHE DE LA PROCHAINE LICORNE

NOAM SINSEAU ne connaît pas le trac 56 • **FITNESS**, boulot, dodo ? 72
PORTFOLIO : Fort-de-France entre passé et présent 75
Visite guidée du **MUSÉE DU PATRIARCAT** 64



ÉDITO

31 %

Les dernières semaines ont été agitées. Les mouvements de protestation contre la vie chère, que nous ne connaissons que trop bien, et la mobilisation des lycéens, née à Mayotte le 31 août dernier, se sont enracinés sur le continent. Partout la colère monte, le peuple est dans la rue. Et, pour la première fois, les Français qui s'identifient à une France « en colère et contestataire » (49 %) sont plus nombreux que ceux qui se disent simplement « mécontents » (48 %), selon la 14e édition de l'enquête Ipsos bva/CESI École d'ingénieurs Fractures françaises*.

Colère, contestation, clivage, opposition, polarisation de la société... Les mots ne manquent pas pour décrire le climat ambiant, un tableau bien sombre à quelques mois de l'élection présidentielle. Et paraît-il que même les IA s'y mettent, puisque les grands modèles de langage répondent plus efficacement à un prompt un peu sec voire virulent ! Miroir, miroir... ?

Notons aussi que 69 % des répondants de l'enquête Fractures françaises estiment que ce qui divise les Français est plus fort que ce qui les rassemble, soit 12 points de plus qu'en 2013. Chez Ewag, nous faisons résolument partie des 31 % restants. Ce qui nous rassemble est plus fort que ce qui nous divise. C'est ce que nous avons voulu montrer au fil des centaines de pages publiées en 2026 dans nos magazines KaruMag, GuyaMag et MadinMag. Vous le lirez encore dans cette dernière édition de l'année. Vous découvrirez les innovations d'entrepreneurs de génie dans notre dossier ; savourerez le talent de Noam Sinseau et serez émus par le travail photographique d'Adeline Rapon... L'avenir est peut-être plus brillant qu'il n'y paraît. À nous tous de le dire.

**publiée en novembre et menée pour Le Monde, le Cevipof, la Fondation Jean-Jaurès et l'Institut Montaigne.*

Mathieu Rached et Floriane Jean-Gilles
Rédacteurs en chef
Guadeloupe Martinique Guyane

EWAG®

Les magazines
KaruMag, GuyaMag, MadinMag et SoualiMag
sont édités par le groupe EWAG.

Directeur de publication
Laurent Nesty

Directrices de la Diffusion
Audrey Barty (0696 28 84 79)
Anouck Talban

Directrice de la stratégie commerciale
Aurélie Bancet (0690 37 54 82)

Directeur du développement
Luciano Sainte-Rose (0696 07 62 64)

Directeur Guyane
Mathieu Delmer (0694 26 55 61)

RÉDACTION
Rédacteurs en chef
Mathieu Rached
Floriane Jean-Gilles (0696 36 91 56)

Coordination
Amandine Sauvage (0690 68 34 49)

Rédacteurs
Sarah Balay - Axelle Dorville
Caroline Bablin - Thomas Thurar
Sandrine Chopot - Alix Delmas

Secrétaire de rédaction
Chantal Bigay

Photographes
Jean-Albert Coopmann - Lou Denim
Christophe Fidole - Aubane Nesty

Photo de couverture
Jean-Albert Coopmann

Pour nous écrire :
prenomnom@ewag.fr

Design graphique
Gwénaël Tilly (0690 65 23 97)
Jessica Schwaller (0696 74 00 22)

AGENCES
Martinique
Émilie Valérius (0696 81 60 43)
Luciano Sainte-Rose (0696 07 62 64)

Guadeloupe
Audrey Béral (0690 27 82 22)
Aurélie Bancet (0690 37 54 82)
Angela Fontana (0691 28 20 03)
Marie Prat (0691 24 28 92)

Assistante commerciale
Christiana Fidelin (0691 28 12 40)

Guyane
Mathieu Delmer (0694 26 55 61)

DIFFUSION
Cheffe de projet contenu & social media manager
Léo Vignocan (0696 28 75 26)
Community manager
Alice Colmerauer (0690 30 84 30)

VIDÉO
JRI
Arnaud Galipo (0690 34 90 01)
Sariatha Boulard (0696 28 84 87)

DISTRIBUTION
Guyamag : Iguanacom (0694 26 55 61)
Karumag : BD Locations (0690 80 15 99)
Madinmag : M.C.P. (0696 78 36 58)

© EWAG - La reproduction, même partielle, des articles et illustrations publiés dans ce magazine est interdite. EWAG décline toute responsabilité pour les documents remis.

Consultez tous nos magazines sur
www.ewag.fr

Suivez-nous sur les réseaux



Merci à Joseph Paulmin, gérant de la société MCP, pour le soin apporté à la distribution de nos magazines !

PEFC IMPRIM'VERT®

Ce magazine est imprimé aux Antilles-Guyane, imprimeur certifié PEFC, sur papier issu de forêts gérées durablement. Ouvrage imprimé à 100% avec des encres respectueuses de l'environnement et conforme à la norme imprim'vert.

w' buzz !

AQUAPONIE EN GUADELOUPE : VERS L'AUTONOMIE ALIMENTAIRE



563 k vues
30 939 interactions

DÉCOUVERTE DU PATRIMOINE ARCHITECTURAL DE POINTE-À-PITRE



40 k vues
787 interactions

QUE PENSENT LES JEUNES DE NOTRE MAGAZINE ?



43 k vues
285 interactions

EDF
AGIR PLUS

Avec un *chauffe-eau solaire,*
réalisez jusqu'à
40%
d'économies sur votre consommation d'énergie.*

* Source ADEME

Trouvez votre installateur partenaire sur
edf.mq

L'énergie est notre avenir, économisons-la !

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

Programme en faveur de la Maîtrise de la Demande d'Énergie piloté par le comité MDE de Martinique (Collectivité Territoriale de Martinique, SMEM, ADEME, DEAL, EDF) et subventionné par l'Etat.

SOMMAIRE

LES VOIX DU TERRITOIRE

10 **COMIA** Pensé, cuisiné, dégusté chez nous
14 **MARTINIQUE HUB CARAÏBE** « Le port est un catalyseur de territoire »
18 **ASSURANCE OUTREMER** Agir localement, s'engager durablement
20 **SAMAC** Une vitrine ambitieuse, un aéroport de pointe
22 **OFFICE DE L'EAU** Mettre fin aux rejets des eaux usées
24 **APEC** 60 ans au service des cadres et des entreprises
26 **GFA CARAÏBES** La solution 2 en 1 pour protéger son activité

ET SI...

32 **FRIGODOM-LOGIDOM** Dans les coulisses de la supply chain
34 **EDF** « Le drone, nouvel allié pour la performance du réseau »
36 **CACEM TECHNOPOLE MARTINIQUE** Entreprises innovantes recherchées
38 **INNOVATION OUTRE-MER** Repérer, financer, changer le monde
40 **DOSSIER** À la recherche de la prochaine licorne









LES YEUX DU MÉDIA

56 Grand entretien **NOAM SINSEAU**
60 Brèves
64 Reportage **LE PATRIARCAT, UNE HISTOIRE ANCIENNE ?**
68 **L'EMPLOI ASSOCIATIF** décrypté par bonfilon
70 **IMAGE DU MOIS**
72 Reportage **FITNESS, BOULOT, DODO !**
74 Comment l'IA peut-elle aider les personnes diabétiques ?
75 **PORTFOLIO** « À mon... souvenir »
81 **SÉLECTION CULTURE** de Noël

10 MINUTES POUR OUVRIR UN COMPTE*. C'EST ÇA, ÊTRE PRO.

Avec L by LCL PRO, la banque 100% digitale de LCL, gérez simplement vos finances et votre activité depuis une seule application.

Plus d'information :

Télécharger dans l'App Store

L'OBTENIR SUR Google Play

PRO by LCL

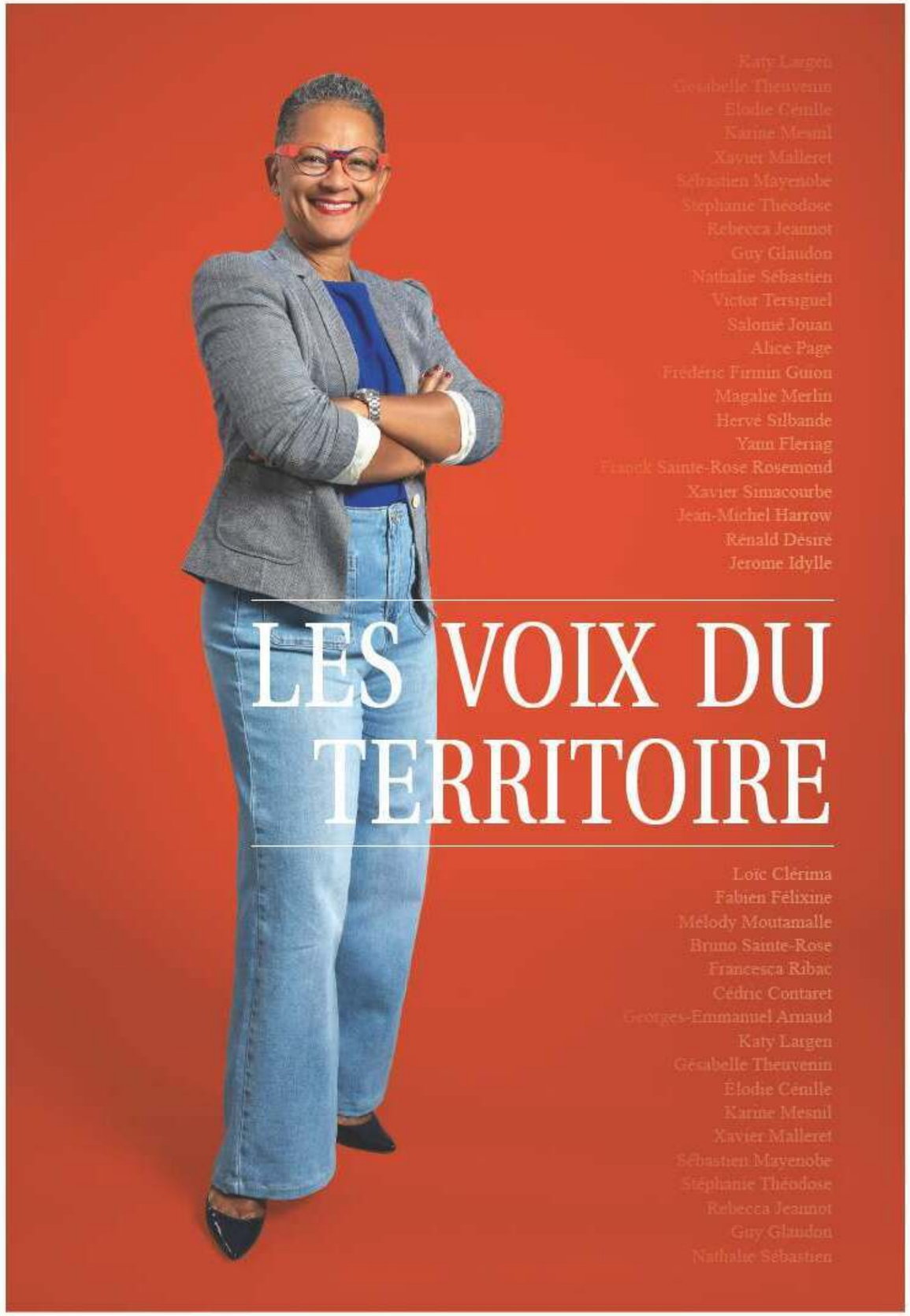
ALLEZ À L'ESSENTIEL

*Voir conditions sur l.lcl.fr/pro. L by LCL est une marque du Crédit Lyonnais, SA au capital de 2.037.713.591€, SIREN 954509741 – RCS LYON. Siège social : 18, rue de la République - 69002 LYON.

Comia

l'Authentique
Noël de Martinique !

POUR VOTRE SANTÉ, PRATIQUEZ UNE ACTIVITÉ PHYSIQUE RÉGULIÈRE. WWW.MANGERBOUGER.FR



PENSÉ, CUISINÉ, DÉGUSTÉ CHEZ NOUS

En 3 générations, COMIA a séduit des centaines de milliers de Martiniquais. Fruit d'une histoire industrielle locale et exigeante, l'entreprise amorce de nouveaux choix marketing, sans toucher ce qui la définit, une industrie engagée pour ses consommateurs et son territoire.

Texte Mathieu Rached - Photo Jean-Albert Coopmann

Le Comptoir Martiniquais de l'Industrie Alimentaire plus connu sous son acronyme COMIA, fait partie du paysage depuis plus de 45 ans. Pas une table de Noël qui n'ait accueilli le jambon de Noël emblématique. Pas une famille martiniquaise qui n'ait mangé du poulet, de la saucisse, de la salade de groin ou de la queue de cochon de la marque même sans le savoir, des cantines d'école, certains hôtels et enseignes de fast-food comptant parmi leurs clients professionnels. En quatre décennies, la marque a ainsi écrit une histoire intime avec les Martiniquais, étoffant son catalogue de produits, affinant ses recettes, maintenant un appareil industriel performant et des emplois locaux. Depuis le mois de juillet, cet acteur de l'industrie agroalimentaire locale se présente avec un nouveau logo et de nouveaux codes couleurs, fidèles à son identité, ses standards et sa philosophie. Rencontre avec Katy Largen, fille du cofondateur, directrice générale depuis 2019.

Au cours des dernières semaines, de nouvelles étiquettes ont fait leur apparition, avec un nouveau logo. Comment interviennent ces changements pour la marque ?

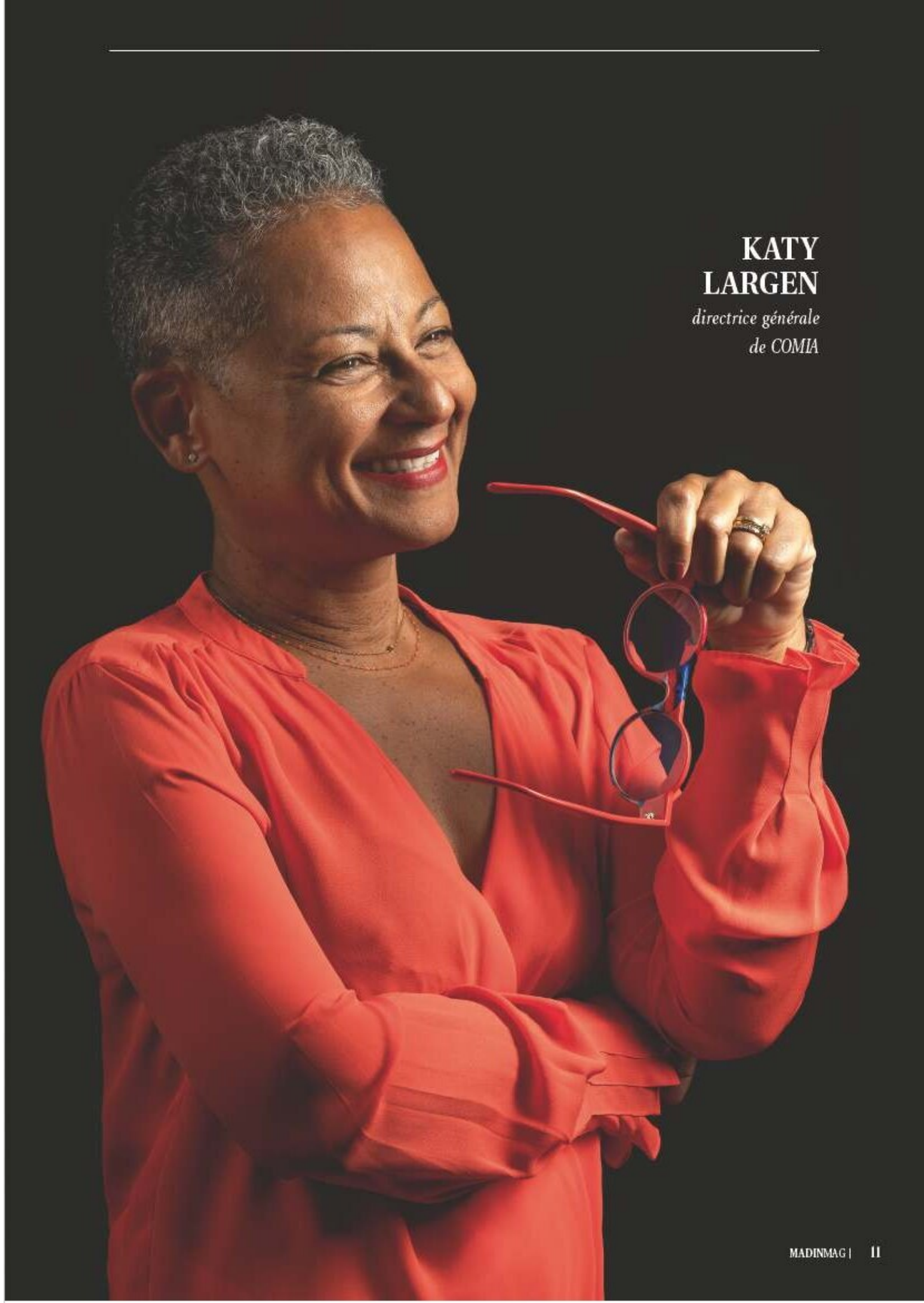
Katy Largen : En effet, cette année est celle du renouveau de l'identité de la marque. En juillet, nous avons inauguré une version de notre logo complètement revu et modernisé. Les étiquettes de tous nos produits ont également été retravaillées avec un cabinet spécialisé en agroalimentaire pour changer notre identité visuelle tout en gardant l'essentiel. Moins de texte, meilleure hiérarchisation des gammes et une visibilité facilitée, les consommateurs s'y retrouvent mieux, et notre offre est modernisée, mieux structurée.

Des investissements sur l'outil industriel sont-ils également à l'ordre du jour ?

Au cours des prochains mois, un plan d'investissement sera validé et mis en place pour équiper le site de nouvelles machines, aller sur des packagings différents, et améliorer aussi les conditions de travail de nos équipes, qui opèrent dans le froid en manipulant des produits d'un certain poids. Tous ces éléments sont en réflexion pour retravailler les flux, continuer à faire évoluer notre marque et notre outil qui comprend aujourd'hui 1 500 mètres carrés de locaux industriels, 30 salariés, une centaine de références produits.

Justement qu'est-ce qui fait la singularité de la marque : les recettes, les ingrédients, le fait local... ?

Nous évoluons sur un marché avec tous types d'acteurs, de positionnement et de cibles. À notre échelle, nous poursuivons ce que les fondateurs ont démarré en 1978 : une entreprise locale au service des



KATY LARGEN
directrice générale de COMIA

Martiniquais. Certaines marques commercialisent des produits 100 % importés depuis l'Hexagone, sur la base de recettes et de publicités créolisées pour toucher le marché antillais. Avec notre usine, notre histoire, nos savoir-faire, nous proposons une autre expérience aux consommateurs. Et le récent changement de logo intervient afin de renforcer notre identité, incarner notre expertise et la promesse d'une entreprise locale, ancrée sur le territoire.

Tenir ce rôle d'industrie agroalimentaire passe-t-il par des approvisionnements en matières premières hors du territoire ?
Oui, en l'état actuel, les filières de porc et de poulet en Martinique ne permettent pas de fournir le volume nécessaire aux besoins de la population. C'est un fait, comme dans d'innombrables pays et villes à travers le monde, le commerce de matières premières est au cœur de la vie de centaines de millions d'entreprises pour nourrir la population. Aussi, nous avons choisi de tout produire ici, en Martinique, à partir de matières premières sélectionnées et importées d'Europe. À côté de quoi, dès que l'occasion le permet, certains lots de production sont réalisés à partir de matières premières locales, tel des poulets fumés et boucanés par exemple, avec mention « poulet élevé en Martinique ». Plusieurs gammes cœxistent ainsi avec les mêmes exigences de qualité, de sécurité et de goût.

« ON A VOULU CONCEVOIR UN STANDARD ET QUELQUE CHOSE D'INAMOVIBLE DANS LA CULTURE GASTRONOMIQUE DU TERRITOIRE »

Katy Largen, directrice générale de COMIA

Diriez-vous que c'est le goût qui vous distingue aux yeux des consommateurs ?
On a longtemps dit que COMIA, on l'achetait zyé fèmé ! (sourire). Ce n'est pas par miracle, c'est le résultat d'un positionnement sur toute la chaîne de production, dans le choix de matières premières, l'amélioration de recettes, les arbitrages en termes d'épices, sel, gras, etc. On a voulu concevoir un standard et quelque chose d'inamovible dans la culture gastronomique du territoire. Le jambon de Noël COMIA, dans son emballage noir reconnaissable, en est le parfait exemple. C'est une promesse, un rituel qui est offert aux consommateurs.

Avant de démarrer l'interview, vous me disiez « le 24 décembre, il y a un produit Noël COMIA sur la table dans tous les foyers ». COMIA fait-il vraiment partie de la vie de tous les Martiniquais ?
(Sourire) Tout évolue, les habitudes de consommation, les attentes des consommateurs, les rituels de fête, le pouvoir d'achat aussi. On ne consomme plus de la même manière ni en mêmes quantités qu'il y a 20 ans, c'est certain, mais nos gammes de Noël (jambon, boudins, chair pour pâtés de noël, foie gras au rhum vieux...) font partie des incontournables dans les foyers martiniquais, oui.

L'innovation peut-elle être un moteur de croissance ?
Nous sommes évidemment attentifs aux tendances et aux présentations de nouveaux produits, même si cela concerne souvent des niches très restreintes, sans réalité industrielle. La véritable innovation dans notre métier repose sur les ajustements conformément à la réglementation (PNNS, Programme national nutrition santé, par exemple), la réduction du sel, du gras, etc. C'est le domaine d'expertise de notre responsable recherche et développement, pour une fois encore, maintenir la marque et ses produits à la hauteur de notre engagement.

Épaules de Noël pimentées, saucisses aux raisins et même plats cuisinés... Plusieurs innovations ont tout de même rejoint les rayons de la grande distribution au cours des dernières années.
C'est vrai, nos gammes s'enrichissent et trouvent leur place dans l'assiette des consommateurs, à tel point qu'on observe des marques hexagonales suivre le mouvement et diversifier à leur tour certains de leurs produits ! Nous avons lancé les plats cuisinés dès 2018 en capitalisant sur des recettes antillaises à partir de produits des filières locales (les volumes étant moins importants). Tout est cuisiné ici, tout est fait ici : colombo de porc, migan et velouté de fruit à pain, haricots rouges à la créole et pois d'angole.

Plats cuisinés, écoles, restauration, hôtellerie, vous vous positionnez sur de nombreux canaux de distribution sans forcément le faire savoir. Pourquoi ?
Les particuliers constituent notre cœur de métier, mais nous sommes également bien identifiés par les acteurs locaux, notamment pour la garantie de la qualité qui fait partie de notre signature. Dans nos perspectives de développement, nous souhaitons inscrire, dans la durée, ce type de synergie. En nous choisissant, les professionnels font à leur tour le choix de la qualité et de l'économie locale. C'est un cercle



vertueux que mon père, Marcel Osenat, et Alex Bilas ont enclenché et que nous poursuivons avec passion et une grande fierté.

L'entreprise est aujourd'hui encore une aventure familiale...
D'abord parce qu'elle est indépendante de grands groupes, avec plusieurs femmes à sa tête, comme Krystel Bilas à la direction commerciale et moi à la direction générale. Elle l'est également parce que sur un site de cette taille, face aux enjeux du marché, nous fonctionnons comme une petite famille, on se croise tous les jours, on échange, on partage, on prend le pouls du péyi aussi. Une famille encore, dans la projection, avec Andy Largen, mon fils, qui a connu l'usine tout petit et qui aujourd'hui pilote la transformation de la communication de la marque. C'est une aventure entrepreneuriale, avec des valeurs, une histoire et une ambition pour nous tous en tant que Martiniquais, consommateurs, salariés, acheteurs. Une histoire locale, tout simplement.



Infrastructures

« LE PORT EST UN CATALYSEUR DE TERRITOIRE »



Benoit Seidlitz dans son bureau à l'hydrobase.

Passionné du monde maritime, rompu aux grands chantiers, le nouveau président du directoire du **Grand Port de la Martinique** prend ses marques, porté par l'envie de bâtir des réussites collectives. Rencontre.

Texte Mathieu Rached - Photo Jean-Albert Coopmann

Par décret du président de la République du 23 octobre 2026, Benoît Seidlitz a été nommé président du directoire du Grand Port Maritime de la Martinique (GPMLM) à compter du 1er novembre 2026. En succédant à Bruno Mencé, il signe son retour sur l'île qui a façonné son parcours d'ingénieur. Après avoir participé à la création de l'établissement portuaire en 2013 puis occupé des fonctions stratégiques à Paris et au Havre au sein d'HAROPA PORT, cet Auvergnat d'origine, passionné par le monde maritime, revient avec une ligne directrice placée sous le signe de l'écoute et de la coconstruction de projets.

16 ans après votre premier contrat de travail en Martinique, vous prenez aujourd'hui la direction du Grand Port Maritime, que représente pour vous cette mission ?
(Sourire) C'est avant tout un grand honneur. C'est sur ce territoire que je me suis construit professionnellement en tant qu'ingénieur mais aussi socialement. J'avais quitté l'île pour élargir mon champ de compétences ; revenir aujourd'hui à la tête de cet établissement public est une magnifique opportunité de remettre cette expérience au service du port et du territoire. C'est ce qui me guide : l'envie de redonner à la Martinique ce qu'elle m'a apporté.

Qu'est-ce qui vous frappe en revenant en Martinique après 10 ans dans l'Hexagone ?
Je suis revenu avec beaucoup d'émotion. Au premier abord, on a l'impression que le paysage n'a pas tant changé, mais dès que l'on plonge dans le fonctionnement des équipes et du territoire, on mesure à quel point les choses ont évolué et grandi. Je suis heureux de constater que le port a progressé et rayonné dans la Caraïbe pendant que je me développais de mon côté. Aujourd'hui, je prends le temps d'observer, de redécouvrir cette dynamique et d'écouter les équipes en place pour apporter ma pierre à l'édifice.

Si l'on imaginait une fiche de poste synthétique, comment résumeriez-vous le rôle du directeur du port ? Et quels sont vos atouts pour incarner cette fonction phare ?
Un port n'est plus seulement un lieu où l'on fait transiter de la marchandise. C'est un véritable catalyseur de territoire. Donc être président du directoire, c'est être un aménageur et un développeur au service de l'économie locale. En Martinique, cette responsabilité prend une dimension encore plus stratégique puisque nous sommes la quasi unique porte d'entrée maritime de l'île. Ensuite, à mon échelle, mon atout réside sans doute dans cette double culture : une connaissance intime du terrain et des infrastructures locales, couplée à une vision plus globale des politiques publiques et des grands enjeux portuaires développée dans l'Hexagone.

Vos responsabilités au Havre au sein d'HAROPA PORT, premier ensemble portuaire français, vous ont confronté à d'autres échelles. Quels enseignements souhaiteriez-vous transposer ici ?
(Sourire) Mon expérience a HAROPA PORT fut très enrichissante, mais je n'ai bien entendu pas de recette toute prête. Chaque territoire est différent et a ses spécificités ! Si j'ai piloté des programmes d'infrastructures majeurs (comme le chantier de la Chatière au Havre, une digue de deux kilomètres) tout en travaillant sur des problématiques d'avenir (la décarbonation, le raccordement électrique des navires à quai...) les mêmes chantiers sont conduits ici par les équipes dédiées pour transformer notre infrastructure. Par exemple, à la Pointe des Grives, le SmartGrid nous permet de couvrir environ la moitié des besoins électriques du terminal grâce à la production photovoltaïque. De même que le port s'est doté il y a quelques mois d'un laboratoire unique à l'échelle des petites Antilles françaises, le lab'ô coraux, où le CNRS va conduire des analyses et études afin de mieux connaître, protéger et réensemencer les 3 principales espèces de corail qui sont présentes dans la baie à proximité du port. Chaque port a ses priorités et ses expertises de terrain, je veux les accompagner du mieux possible.

L'interface ville-port est également un volet que vous souhaitiez développer
Ce lien est très important. Au Havre par exemple, comme vous l'évoquez, les habitants vivent véritablement au rythme de leur port. En Martinique, même si des réglementations de sûreté, comme dans tout port, imposent des zones sécurisées, je voudrais que notre réflexion porte aussi sur l'interface ville-port et sur les possibilités de développer des espaces ouverts à des usages complémentaires, avec des continuités douces, voire des espaces de vie culturels et économiques, pour que les Foyalais et les Martiniquais puissent davantage se réapproprier cet environnement portuaire.

Quelles sont les priorités de votre feuille de route pour les prochains mois, et quelle méthode allez-vous adopter ?
Ma méthode repose sur le collectif, l'écoute et le



Kelly Mamadou, cheffe du service développement durable et innovation, et Benoit Seidlitz sous une ombrière du parking créée par les panneaux solaires. 50% de la consommation électrique du terminal est couverte grâce à la production photovoltaïque.

dialogue. Un port, ce sont avant tout des femmes et des hommes, des portiqueurs, des officiers de port, des électriciens, des agents de la croisière, des personnels en support administratif comme technique... qui font vivre l'outil au quotidien. Je n'arrive pas avec une « recette miracle », mais avec la volonté de leur donner les meilleurs outils pour concrétiser leurs projets. Sur le fond, nous poursuivons la mise en œuvre du projet stratégique 2025-2029 autour de deux priorités immédiates. D'abord, la sûreté portuaire : face à l'actualité dramatique liée aux trafics illicites et à l'insécurité, renforcer nos dispositifs en lien étroit avec les services de l'État, les acteurs institutionnels du territoire et les opérateurs des différents terminaux est une priorité absolue pour protéger nos concitoyens. Ensuite, le développement économique et l'attractivité, à travers la consolidation de notre position de hub dans la Caraïbe. C'est-à-dire en accueillant de plus grands navires, en fluidifiant le transbordement vers les îles voisines et en valorisant notre foncier d'arrière-port pour créer de la valeur ajoutée et de l'emploi local. Côté croisière, nous travaillons à améliorer l'accueil des passagers aux Tourelles et à valoriser le savoir-faire des artisans martiniquais au sein du village artisanal.

Cela passe aussi par une coopération renforcée avec les ports français d'Outre-mer et ceux de la CARICOM ?

Absolument, c'est un écosystème régional au sein duquel nous devons faire valoir nos atouts techniques, logistiques et de relais. Le dialogue et les temps de travail sont indispensables, nous sommes certes en concurrence mais nous sommes surtout les acteurs d'une même région et d'une même chaîne logistique maritime, dont chaque territoire et chaque économie peuvent tirer profit.

Au début de votre carrière vous avez travaillé en particulier sur la prévention des risques, comment appréhendez-vous cette dimension ?

C'est un sujet auquel je suis particulièrement sensibilisé, par mon travail sur la protection du bassin de la Loire contre les inondations mais aussi par mes dix années passées en Martinique, où j'ai vécu plusieurs épisodes de crise, notamment, l'après Dean, la houle Omar ou le passage d'Irma qui a durement frappé Saint-Martin. J'ai également piloté les extensions portuaires de la première extension de la Pointe des Grives, en intégrant dès leur conception les forts enjeux sismiques du territoire.

Face à l'accélération du changement climatique et à l'intensification des phénomènes extrêmes, la résilience est plus que jamais indispensable. L'enjeu est autant d'anticiper les crises que de garantir la continuité de l'activité portuaire et l'approvisionnement de la population, quelles que soient les circonstances.



Sur le port, avec Aymeric Barlet, chef de service patrimoine naturel et adaptation au changement climatique, devant la fresque qui décore Lab'ô coraux. Inauguré en juin 2026 et opérationnel d'ici la fin de l'année, le CNRS va y mener des études sur le corail de la baie de Fort-de-France à proximité du port.

Quel va être le plus grand défi de votre mandat ?

Les enjeux sont nécessairement multiples : la sûreté portuaire, le développement du hub Antilles, mais aussi l'adaptation au changement climatique et la résilience de nos infrastructures. Ce dernier enjeu constitue un véritable fil conducteur, un travail de fond qui doit irriguer et accompagner l'ensemble des autres priorités. Nous observons déjà ses effets dans le monde et en Martinique, qu'il s'agisse des épisodes de sécheresse, de la hausse des températures qui impacte les conditions de travail et les équipements, ou de l'intensification des phénomènes climatiques. Notre devoir sociétal est de ne pas laisser une dette écologique ou financière aux générations futures, mais de leur transmettre un port résilient, capable de fonctionner sans avoir à tout reconstruire.

Quelle image ou quelle ambition aimeriez-vous que l'on retienne du Port de la Martinique à l'horizon 2029 ?

L'image d'un port moderne, performant et exemplaire sur le plan environnemental, qui soit pleinement reconnu comme un moteur de croissance et d'innovation pour la Martinique. Mais au-delà des infrastructures et des tonnages, ma plus grande fierté sera la réussite collective : voir des équipes fédérées, épanouies dans leur travail, et un territoire fier de son port. Nous en avons les moyens et l'envie.

Martinique Hub Caraïbe

RSE

AGIR LOCALEMENT, S'ENGAGER DURABLEMENT

Avec une gouvernance implantée en Martinique et en Guadeloupe, **Assurance Outremer** déploie une démarche RSE fondée sur l'engagement collectif, la solidarité et la proximité. Élodie Cénille, assistante de direction, et Karine Mesnil, gestionnaire sinistre corporel, en présentent les actions et les ambitions pour 2027.

Texte Sandrine Chopot – Photo Jean-Albert Coopmann



Karine Mesnil, gestionnaire sinistre corporel

Quels sont les piliers de votre démarche RSE ?

Élodie Cénille, assistante de direction : Lancée à la mi-2023, notre démarche repose sur les dimensions : sociale, environnementale, économique et territoriale. L'idée est d'intégrer la RSE à notre activité quotidienne et à nos relations avec nos parties prenantes : gouvernance, collaborateurs, sociétaires et partenaires. Cela se traduit par une attention portée à la qualité de vie au travail, à la cohésion des équipes, mais aussi par des pratiques responsables, comme la dématérialisation. Deux instances assurent son pilotage : un comité qui définit les orientations et la Team RSE qui propose et met en œuvre les actions.

Comment mobilisez-vous les collaborateurs ?

Karine Mesnil, gestionnaire sinistre corporel : Les collaborateurs sont les premiers acteurs du changement. Nous avons mis en place une charte du vivre ensemble autour du respect, de la coopération et de la bienveillance. En 2026, une journée dédiée à la RSE a permis de sensibiliser les équipes autour d'ateliers en recueillant leurs idées, et se découvrir autrement. Nous voulions donner davantage la parole aux collaborateurs et renforcer leur implication dans la démarche RSE.

Comment se traduit votre engagement sur les territoires ?

E. C. : Au-delà de notre rôle d'assureur local, nous voulons développer des actions concrètes de solidarité. En 2025, une collecte de vêtements auprès des collaborateurs a permis des redistributions à des associations sur les deux îles. L'accueil positif de cette initiative nous encourage à poursuivre.

Nous souhaitons renforcer notre engagement territorial en développant des actions utiles aux populations locales et en favorisant les rencontres humaines, au cœur de notre identité d'entreprise responsable.

Quelles sont vos ambitions pour 2027 ?

K. M. : Outre les interventions sur notre cœur de métier, nous souhaitons développer le bénévolat de proximité avec les collaborateurs et nouer des partenariats avec des associations accompagnant toute personne isolée ou en situation de précarité. Pour nous, le rôle d'un assureur engagé sur ses territoires c'est de protéger et tendre la main surtout là où l'isolement est le plus fort, tout en lui donnant un visage humain.

E. C. : Nous envisageons aussi des webinaires pour conseiller tout public sur des sujets concrets liés à l'achat de biens immobiliers, à la revente… Notre ambition est de construire une démarche durable, adaptée aux réalités de nos territoires en privilégiant des partenariats de proximité et des actions qui ont une réelle utilité sociale.

ASSURANCE OUTREMER
Agir au plus près !

Assurance Outremer
https://assurance-outremer.com/
Fort-de-France
2 bis avenue des arawaks
0596 73 09 70
accueil@assurance-outremer.fr

Les Abymes
R402 Résidence les sylphides Grand-champ
0590 95 40 90
guadeloupe@assurance-outremer.fr



Innovation

L'AÉROPORT, LABORATOIRE DE LA TRANSITION

Surfaces doublées, 123 millions d'euros investis… Après une transformation physique majeure, la **SAMAC** amorce un nouveau virage : celui de la décarbonation et de l'adaptation aux changements climatiques. Nathalie Sébastien, présidente du directoire, et Guy Glaudon, directeur de l'ingénierie, des infrastructures et de l'innovation, détaillent cette nouvelle feuille de route.

Texte Mathieu Rached et Floriane Jean-Gilles



© Henri Salomon

Nathalie Sébastien, présidente du directoire de la SAMAC

Comment conciliez-vous infrastructure lourde et préservation de l'écosystème très sensible qui vous entoure ?

Nathalie Sébastien : La loi Climat et Résilience, du 22 août 2021, impose à l'aéroport Martinique-Aimé Césaire d'anticiper ces enjeux de résilience et d'adaptation aux changements climatiques. Nous avons également ce devoir moral et sociétal, en tant qu'unique aéroport de l'île, de contribuer à rendre notre Martinique plus durable. Nous travaillons ainsi à la production d'énergie décarbonée via des projets type photovoltaïque, mais œuvrons aussi à trouver d'autres solutions basées sur la nature, respectueuses de notre environnement immédiat. Nous sommes implantés en bordure de mer, sur 244 hectares de sols marécageux, cela nous impose de nouvelles réflexions qui, loin d'être des obstacles à la réalisation de nos métiers, sont des atouts.

C'est là tout l'enjeu du projet ECOSLOPE ?

Guy Glaudon : Tout à fait. Nous faisons des choix techniques qui privilégient le vivant dès que c'est possible. Aux abords des canaux de drainage, plutôt que d'implanter des palplanches métalliques lourdes et énergivores, nous avons opté pour le génie végétal par tressage racinaire via le projet ECOSLOPE — une innovation que nous avons présentée en congrès à l'ACI (Airports Council International) et qui a été primée. Par ailleurs, deux débourbeurs-déshuileurs géants traitent les eaux de ruissellement de près de 50 hectares avant tout rejet dans la nature, et nos cuves d'eau de pluie divisent par deux notre consommation d'eau potable pour les sanitaires.



© Jean-Albert Coopmann

Guy Glaudon, directeur de l'ingénierie, des infrastructures et de l'innovation de la SAMAC

Au-delà de l'aspect écologique, en quoi le projet ECOSLOPE est-il une innovation performante sur le plan économique et structurel pour la SAMAC ?

N.S. : Quand on regarde le budget d'un aéroport comme le nôtre, nous avons des postes importants en termes d'investissement sur les infrastructures aéronautiques mais aussi en termes de maintenance. Une solution comme celle-ci nous permet à la fois un investissement moins onéreux au départ et des coûts de maintenance moins élevés par rapport aux solutions techniques traditionnelles. La technique d'hydroseeding consiste finalement à choisir des essences appropriées, à les planter aux endroits stratégiques et à laisser la nature faire son œuvre.

Vous avez presque doublé la surface du terminal. Comment éviter l'explosion de la facture énergétique ?

G.G. : C'est notre plus grande fierté, nous sommes passés de 24 000 à 44 000 m² sans augmenter d'un kilowatt notre consommation électrique globale ! Ce tour de force repose sur une conception bioclimatique sans concession : façades vitrées athermiques, brise-soleil perforés et une Gestion Technique Centralisée qui pilote la climatisation en temps réel grâce à des capteurs de flux. Nous allons encore plus loin sur le tarmac pour attaquer les émissions directes. Nous éteignons les générateurs diesel des avions à l'escale pour les brancher sur des bornes électriques. Avec notre future ferme solaire et les ombrières de parking, nous visons un taux d'autoconsommation supérieur à 42 % et moins de 50 % d'émissions d'ici 2030, et la neutralité carbone en 2050.

Vous avez, par ailleurs, décidé d'ouvrir le site de l'aéroport comme espace d'expérimentation via des Appels à Manifestation d'Intérêt (AMI). Quel type de chercheurs ou de startups espérez-vous attirer et pour résoudre quels types de défis ?

N.S. : Nous sommes animés par la volonté de nous impliquer sur notre territoire et de développer notre stratégie RSE. C'est là toute la démarche autour de ces AMI. Je prendrai deux exemples : l'intelligence artificielle (IA) et la data scientifique. Nous sommes tout à fait à l'écoute de chercheurs ou d'opérateurs économiques qui pourraient nous proposer des solutions qui intégreraient l'IA afin d'optimiser le fonctionnement de l'aéroport et sa performance opérationnelle. D'autre part, dans le cadre de notre démarche de préservation de la biodiversité, nous collectons, par le biais des pompiers qui sont en charge de la lutte contre le risque animalier, un certain nombre de données sur la faune et la flore présentes sur la plateforme aéroportuaire. Ce recueil de données représente une valeur scientifique inestimable qui ne demande qu'à être exploitée.

AÉROPORT INTERNATIONAL
MARTINIQUE AIMÉ CÉSAIRE



Victor Tersiguel, chargé d'études milieu marin à l'ODE Martinique

©Mon portrait Business

Protection des milieux aquatiques

METTRE FIN AUX REJETS DES EAUX USÉES

En Martinique, les eaux noires rejetées par les bateaux de plaisance menacent coraux, herbiers et mangroves déjà fragilisés. Pour enrayer cette pollution invisible, l'**Office de l'Eau (ODE)** déploie, avec ses partenaires, Nauti'Cuves, un dispositif qui finance l'installation de cuves de rétention à bord des bateaux de plaisance. Décryptage d'un enjeu environnemental majeur avec Victor Tersiguel, chargé d'études milieu marin à l'ODE Martinique.

Texte Thomas Thurar

Nauti'Cuves, qu'est-ce que c'est et quel enjeu écologique pour la Martinique ?
C'est un dispositif d'aide porté par l'Office de l'Eau, en partenariat avec le Parc naturel marin de Martinique et le Cluster maritime de Martinique. Il subventionne à hauteur de 80 % l'installation de cuves à eaux noires pour récupérer l'eau des WC provenant des bateaux de plaisance antérieurs à 2008, les embarcations plus récentes étant déjà équipées à la construction. Le dispositif fait appel à des prestataires conventionnés : le plaisancier résidant en Martinique, transmet un devis, nous le validons et l'ODE règle sa part après contrôle des travaux réalisés. Le reste à charge pour le propriétaire est de 20 %. L'impact majoritaire des eaux usées sur le littoral vient de la terre : stations d'épuration et assainissement non collectif. L'ODE travaille d'ailleurs activement sur ce volet. Côté plaisance, l'impact s'additionne et se concentre dans les baies fermées et les anses où la circulation d'eau est faible et où les bateaux se regroupent. Les eaux usées, non traitées, apportent nitrates, phosphates et résidus pharmaceutiques. Or nos eaux sont naturellement oligotrophes, c'est-à-dire pauvres en nutriments. Cet enrichissement artificiel favorise les algues, qui entrent en compétition avec les coraux pour le substrat rocheux. Celles-ci étouffent les herbiers en limitant la lumière. Et bien sûr, il y a aussi un enjeu sanitaire sur les zones de baignade.

Quelle est la situation en Martinique ?
La Martinique compte environ 15 000 bateaux immatriculés, 3 000 à 4 000 anneaux de port, et au pic de fréquentation, 2 000 à 2 500 unités en mouillage forain. L'enquête menée par le Parc naturel marin auprès de plus de 160 plaisanciers révèle que 34 % des bateaux ne disposent d'aucun système de récupération, et surtout que près de 70 % de la flotte des particuliers est antérieure à 2008. Il y a donc un effort considérable à faire sur ces bateaux.

Comment faire pour développer davantage le nombre de bateaux équipés ?
Il faut agir sur les deux sujets : à bord et à terre. Équiper les bateaux ne suffit pas si l'offre portuaire ne suit pas. Nous accompagnons donc aussi les marinas et les ports dans leur mise à niveau en termes d'équipement de récupération de ces eaux noires. La sensibilisation des propriétaires de bateaux reste un troisième levier essentiel.

Quels sont les principaux obstacles identifiés auprès des plaisanciers martiniquais ?
Le premier frein est financier : entre carénage annuel, peinture, entretien du mât, les travaux liés aux toilettes ne sont pas une priorité. La subvention à 80 % est faite pour lever ce frein. Deuxième obstacle : le volet régalien reste peu appliqué, car un contrôle en mer est techniquement complexe. Enfin, il manque cruellement d'infrastructures de collecte à terre. Seule la marina du Marin est aujourd'hui pleinement fonctionnelle à laquelle il faut rajouter 2 barges de pompage réparties entre Le Marin et Saint-Pierre. L'Étang Z'Abricot est en discussion pour une remise en état, et la marina des Trois-Îlets est en projet.

Comment sera contrôlée l'utilisation effective des cuves une fois posées ?
L'ODE n'a pas de mission de police. Avec le développement des zones de mouillage organisées, un dispositif de scellé est envisagé : la sortie de cuve serait scellée à l'arrivée, et un scellé rompu au départ constituerait une infraction passible d'amende. Les Îles Vierges britanniques et les Grenadines pratiquent déjà ce type de contrôle.

Quelles perspectives pour Nauti'Cuves pour les années à venir ?
Nauti'Cuves est prolongé jusqu'à fin 2027. Pour cette année de lancement, nous visons l'instruction d'une vingtaine de dossiers. Si la dynamique se confirme, nous étudierons la possibilité de prolonger le dispositif. En attendant, la priorité reste globale : équiper les marinas et les bateaux, oui, sans jamais perdre de vue que l'assainissement terrestre génère des flux bien plus importants. Toutes les pressions exercées sur l'environnement comptent. Il faut toutes les traiter de front.

ODE OFFICE DE L'EAU MARTINIQUE

Office de l'eau
140 boulevard de la Pointe des Nègres
97200 Fort-de-France

Parcours professionnel

60 ANS AU SERVICE DES CADRES ET DES ENTREPRISES

Depuis sa création en 1966, l'**Association pour l'emploi des cadres (APEC)** adapte continuellement ses actions aux transformations du monde du travail et aux spécificités de l'emploi cadre en région. En Martinique, l'attractivité des talents, le vieillissement de la population active et l'évolution des compétences constituent des enjeux spécifiques, aujourd'hui et demain.

Texte Axelle Dorville - Photo Jean-Albert Coopmann



Salomé Jouan (community manager), Alice Page (conseillère client), Frédéric Firmin Guion (consultant en développement professionnel), Magalie Merlin (consultante en développement professionnel), Hervé Silbande (responsable des centres Apec Martinique et Guyane)

Pourquoi l'APEC a-t-elle été créée et comment ses missions ont-elles évolué ?
Lætitia Niaudeau, directrice générale adjointe de l'APEC : L'APEC est née de la volonté des organisations patronales et syndicales de créer un outil commun au service des entreprises et des cadres du secteur privé. Initialement destinée aux cadres demandeurs d'emploi, elle a rapidement élargi son accompagnement aux cadres en poste, en lien avec l'évolution du monde du travail. Ces 60 dernières années ont été marquées par la mondialisation et le développement de services à forte valeur ajoutée tels que l'informatique, qui ont progressivement modifié la structure de qualification des entreprises et créé une demande de compétences plus élevées pour les niveaux de technicien supérieur et d'encadrement. En 60 ans, la population cadre du secteur privé a ainsi été multipliée par 5 en France, en même temps qu'elle s'est davantage diversifiée. Le métier a, lui aussi, évolué : être cadre ne signifie plus nécessairement manager, il s'agit plutôt d'une notion d'expertise. La reconnaissance, l'autonomie et l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle sont, par ailleurs, des attentes de plus en plus fortes.

En 60 ans, l'APEC a renforcé sa présence dans les territoires et notamment en Martinique, en 2018...
L.N. : En effet, notre objectif est d'être au plus près des cadres et des entreprises afin de mieux connaître les bassins d'emploi locaux et de pouvoir toujours proposer un accompagnement adapté aux besoins des territoires. Et cette proximité est d'autant plus nécessaire dans les territoires ultramarins, où le marché du travail est plus étroit et le vivier de compétences cadres limité. En lien avec notre réseau de partenaires (France Travail, l'université, les missions locales, Transition pro, Cap emploi, les OPCO, organisations patronales et syndicales), nos consultants en Martinique accompagnent, gratuitement, les cadres à chaque étape clé de leur parcours professionnel, mais également les entreprises dans leurs recrutements : identification de candidats, valorisation de leur marque employeur, rédaction des offres ou encore définition des besoins ou des rémunérations.

Quels sont les principaux défis auxquels l'APEC répond en Martinique ?
Hervé Silbande, responsable de centre Martinique et Guyane : Le vieillissement de la population tout d'abord. Nous sensibilisons ainsi les entreprises aux enjeux de perte de compétences et d'expertise lorsque les départs à la retraite et donc la transmission des savoir-faire ne sont pas suffisamment anticipés, tout en ouvrant la réflexion à la reprise d'entreprise. Le départ des jeunes diplômés est également un enjeu prégnant. Grâce à notre partenariat avec l'université, nous cherchons à valoriser les perspectives professionnelles en Martinique, offrir une meilleure connaissance du marché de l'emploi local et à accompagner les étudiants dans la préparation de leur présentation et de la négociation salariale, notamment. Notre présence dans l'Hexagone à des événements comme la participation au salon Paris pour l'emploi a, par ailleurs, pour objectif de donner de la visibilité aux cadres originaires du territoire sur les opportunités professionnelles locales. En 2025, sur notre pôle Martinique Guyane, nous avons accompagné 1 300 cadres et jeunes diplômés (à travers de l'accompagnement individuel et collectif, des rendez-vous, ateliers, job dating et webinaires) ainsi que 300 entreprises dans leurs besoins de recrutement.

Le monde du travail est en constante évolution. Quel rôle joue l'APEC face aux transformations du travail ?
L.N. : Dans le cadre de son mandat de service public, l'APEC se tient en permanence en veille afin d'adapter son offre de services aux besoins des différentes typologies de cadres et entreprises. Nous produisons ainsi des études prospectives destinées à anticiper les grandes tendances, en termes de travail, de recrutement, de process, et à esquisser des scénarios dans lesquels se projeter. Il s'agit à la fois d'aider les individus à naviguer entre ces évolutions – notamment les jeunes diplômés qui doivent s'approprier les codes de l'entreprise et construire leur projet professionnel dans un contexte incertain – et d'aider les entreprises à faire évoluer leurs pratiques. Les cadres, qu'ils soient experts ou managers, jouent ainsi un rôle majeur dans l'innovation et la transformation des organisations. Notre rôle est de toujours davantage enrichir notre accompagnement afin de préparer les uns et les autres à ces évolutions, pour rapprocher durablement les compétences des besoins économiques des bassins d'emploi.

« ÊTRE CADRE NE SIGNIFIE PLUS NÉCESSAIREMENT MANAGER, IL S'AGIT PLUTÔT D'UNE NOTION D'EXPERTISE »

Laetitia Niaudeau, directrice générale adjointe de l'APEC

APEC
12 rue des Arts et Métiers
Centre d'Affaires BeBooster – Immeuble Équinoxes
97200 Fort-de-France
www.apec.fr
https://corporate.apec.fr/toutes-nos-etudes

Accompagnement

LA SOLUTION 2 EN 1 POUR PROTÉGER SON ACTIVITÉ

Que l'on soit artisan, commerçant, professionnel libéral ou responsable d'une association, un sinistre ou un litige peut fragiliser son activité. Pour mieux faire face à ces risques, **GFA Caraïbes** propose une nouvelle offre associant responsabilité civile professionnelle et protection juridique professionnelle.

Texte Axelle Dorville - Photo Jean-Albert Coopmann



Gésabelle Theuvenin , responsable de pilotage produits GFA Caraïbes

Quel est l'intérêt de souscrire à un contrat de responsabilité civile pour un professionnel ?
Gésabelle Theuvenin, responsable de pilotage produits chez GFA Caraïbes : Bien que tout professionnel s'efforce toujours d'offrir un service de qualité, le risque zéro n'existe pas. Une entreprise ou une association peut être à l'origine de dommages causés à des tiers à l'occasion de la livraison d'un produit, de la réalisation d'une prestation, ou encore en cas d'erreur, d'omission ou de négligence professionnelle. Qu'elle soit obligatoire ou simplement recommandée au regard de l'activité exercée, souscrire une assurance de responsabilité civile s'avère indispensable pour protéger sa structure contre des dépenses imprévues susceptibles de fragiliser son activité.

Comment votre nouvelle offre protège nos entreprises et associations locales ?
Nous avons fait évoluer notre contrat de responsabilité civile pour moderniser les garanties et en simplifier la compréhension pour nos assurés. Notre nouvelle solution associe responsabilité civile professionnelle et protection juridique professionnelle, qui peuvent être souscrites ensemble ou séparément selon les besoins. La responsabilité civile professionnelle protège l'activité contre les conséquences financières des dommages causés aux tiers. La protection juridique complète cette protection en apportant conseils et accompagnement en cas de litige garanti, de la recherche d'une solution amiable jusqu'à une éventuelle procédure judiciaire.

Les frais de prévention inclus dans votre offre constituent par ailleurs une garantie innovante...
Cette garantie permet d'aller au-delà de la seule indemnisation. Elle peut prendre en charge certains frais engagés pour prévenir un dommage imminent ou limiter les conséquences d'un dommage déjà survenu, dès lors que celui-ci est ou aurait été garanti par le contrat. L'objectif est simple : agir au bon moment pour éviter le dommage ou en réduire l'ampleur et mieux protéger l'activité de nos assurés. Enfin, le parcours de souscription a également été modernisé pour être plus simple, plus fluide et plus sécurisé.

GENERALI | GFA CARAÏBES

GFA Caraïbes
www.gfacaraibes.fr
08 08 80 01 01

Protection Entreprise & Association
RC Pro & Protection juridique

PROTÉGEZ CE QUI VOUS ENGAGE.



gfacaraibes.fr

Asiré nou la !

Derrière chaque activité, il y a des projets, des responsabilités et des engagements. Avec Protection Entreprise & Association, GFA Caraïbes vous accompagne pour exercer votre activité plus sereinement, avec une solution qui associe Responsabilité Civile Professionnelle et Protection Juridique.

GENERALI | GFA CARAÏBES

Document non contractuel à caractère publicitaire. Les garanties peuvent donner lieu à exclusions, limitations et franchises. Pour connaître le détail, l'étendue et les conditions de garantie, reportez-vous aux dispositions générales et particulières du contrat. La souscription d'un contrat ou de certaines garanties demeure soumise aux règles d'acceptation des risques de l'assureur.

PUBLI-COMMUNIQUÉ

Orange fait entrer le cinéma dans votre salon

Avec son nouveau Décodeur Home Cinema, Orange réinvente le divertissement à domicile. Son immersif, image haute définition, simplicité d'utilisation : une innovation désormais accessible aux Antilles et en Guyane, en même temps que dans l'Hexagone.



Une nouvelle dimension pour vos soirées télé

Regarder un film, vibrer devant un match, retrouver l'ambiance d'un concert ou dévorer sa série préférée... Et si votre salon devenait votre nouvelle salle de cinéma ? Avec son Décodeur Home Cinema, Orange franchit une nouvelle étape dans l'expérience du divertissement à domicile en associant qualité sonore, technologies d'image avancées et simplicité d'utilisation. Sa particularité ? Intégrer directement quatre haut-parleurs dans un équipement compact, sans nécessiter l'achat d'une barre de son. Un woofer pour des basses profondes, deux haut-parleurs latéraux pour spatialiser le son et une voie centrale pour restituer clairement les dialogues : tout a été pensé pour donner une autre dimension aux contenus.

Le meilleur du son et de l'image

Pour concevoir ce décodeur, Orange s'est entouré de références technologiques reconnues. La signature Audio by Bang & Olufsen garantit un son soigneusement ajusté, tandis que la technologie Dolby Atmos offre une immersion sonore tridimensionnelle avec les contenus compatibles. Côté image, la 4K, le HDR10 + et le Dolby Vision, sous réserve de compatibilité du téléviseur et des contenus, permettent de profiter de couleurs éclatantes, de contrastes renforcés et d'une luminosité optimisée. Pour aller encore plus loin, deux enceintes immersives sans fil peuvent compléter l'installation. Grâce à la technologie Dolby Atmos FlexConnect, elles se calibrent automatiquement selon la configuration de la pièce, sans imposer de contraintes particulières de placement.

La technologie au service de la simplicité

Autre atout : sa facilité d'installation. Un câble HDMI, une connexion wi-fi et une télécommande unique suffisent pour accéder à son univers de divertissement. Les principales plateformes de streaming et les services de replay sont pré-installés. Le Google Play Store permet également de télécharger des applications et des jeux. Le décodeur propose par ailleurs le contrôle du direct, l'enregistrement multi-écrans et peut même servir d'enceinte connectée pour écouter la musique de son smartphone. Une innovation qui intègre également une démarche d'écoconception : le décodeur et ses enceintes sont fabriqués à partir de plastiques et de tissus 100 % recyclés et recyclables.

Une innovation disponible aux Antilles Guyane

« Nous sommes particulièrement fiers du lancement de cette innovation aux Antilles et en Guyane au même moment qu'en Hexagone », souligne Thierry Marigny, directeur Orange Antilles Guyane. Accessible aux nouveaux clients comme aux abonnés Orange déjà équipés, le Décodeur Home Cinema accompagne les offres Livebox Infini Fibre et Livebox Ultra Fibre, sous réserve d'éligibilité. Avec cette nouveauté, Orange confirme son ambition : proposer une expérience numérique toujours plus complète, où la performance de la connexion s'accompagne d'un véritable confort de divertissement au quotidien.

orange™



Crédit photo : Shutterstock

Assurance accidents de la vie : vous êtes vraiment couvert au quotidien.

DOSSIERS
LABEL EXCELLENCE 2026
ASSURANCE ACCIDENTS DE LA VIE
CRÉDIT MUTUEL

Bricolage, loisirs, sport, tâches domestiques… protégez votre famille des aléas du quotidien[1].

Une banque qui appartient à ses clients, ça change tout.

Crédit Mutuel

Le Crédit Mutuel, banque coopérative, appartient à ses 9 millions de clients-sociétaires.

Label valable un an et décerné par les experts Minalea. (1) Voir modalités, garanties et exclusions éventuelles dans la notice d'information disponible auprès de votre Caisse.

Caisse Fédérale de Crédit Mutuel et Caisses affiliées, société coopérative à forme de société anonyme au capital de 7 065 710 064 euros, 4 rue Frédéric-Guillaume Raiffeisen, 67913 Strasbourg Cedex 9, RCS Strasbourg B 588 505 354 N° Orias : 07 003 758. Banques régies par les articles L.511-1 et suivants du Code monétaire et financier. Pour les opérations effectuées en qualité d'intermédiaires en opérations d'assurances (immatriculations consultables sous www.orias.fr), contrats d'assurance de ACM IARD SA, entreprise régie par le code des assurances.

TPRM
IMPORT-EXPORT

Quelle que soit la taille de vos colis
nous avons toujours la solution !



24/24 HEURES

TRANSPORT EXPRESS
DÉMÉNAGEMENT
TRANSPORT DE VÉHICULES
STOCKAGE, EMBALLAGE...

© LANGUE DE PUB / 032018

TRANSPORTS PUBLICS | ROUTIERS | MARITIMES GUADELOUPE | MARTINIQUE | ST MARTIN | ST BARTH | DOMINIQUE

0590 411 287 / 0690 808 808

3-4 Impasse Jean-Marie Jacquard - BP 2043 - 97192 jarry cedex - contact@tprm-transports.com



Logistique

DANS LES COULISSES DE LA SUPPLY CHAIN*

Depuis plus de 20 ans, le **groupe Frigodom-Logidom** accompagne ses clients dans la gestion de leurs flux de marchandises, de leur arrivée sur le territoire jusqu'à leur expédition, dans les meilleurs délais. Un savoir-faire de spécialiste de la supply chain, comme l'explique son directeur général, Xavier Malleret.

Texte Caroline Bablin



© Lou Denim

Xavier Malleret, directeur général du groupe Frigodom-Logidom



© Jean-Albert Coopmann

Sébastien Mayenobe, directeur général adjoint du groupe

« Dans nos métiers, quand on n'entend pas parler de nous, c'est qu'on le fait bien », sourit Xavier Malleret, directeur général du groupe Frigodom-Logidom. En tant que prestataire logistique, le groupe qu'il dirige est un maillon essentiel de la chaîne d'approvisionnement de nos territoires.

Présent en Guadeloupe, en Martinique, en Guyane, à Saint-Martin et au Havre, le groupe Frigodom-Logidom emploie quelque 200 personnes, toutes recrutées ou formées localement. Son cœur de métier ? Intervenir à chaque étape clé de la chaîne logistique : groupage, réception et dépotage des conteneurs, contrôle des marchandises, stockage, gestion des stocks, préparation de commandes, reconditionnement et expédition. Le tout pour le compte de clients variés : enseignes de la distribution, grossistes, restaurateurs... Ce sont ainsi des milliers de cartons qui entrent et sortent des entrepôts chaque jour, dans un ballet incessant de transpalettes et chariots élévateurs, et selon un process quasi chronométré.

Une chaîne qui ne s'arrête jamais

Lorsque le bateau arrive, les marchandises ne partent pas directement vers leur destination finale. Les conteneurs sont d'abord livrés et dépotés dans les entrepôts Frigodom pour les produits frais et surgelés, ou Logidom pour les produits secs, textiles, quincaillerie, matériel de sport, etc. C'est là qu'ils seront contrôlés et stockés avant d'être expédiés. En amont, depuis Le Havre, le groupe assure même le groupage et la consolidation des conteneurs.

« La journée commence avant l'aube », précise Rebecca Jeannot, directrice d'exploitation de Frigodom Martinique. Les transporteurs viennent chercher les marchandises préparées la veille et les livrent à leurs destinataires.

Puis un second flux se met en place. Les conteneurs sont réceptionnés, vérifiés, dépotés et la marchandise est soigneusement contrôlée avant d'être stockée. Enfin, la préparation des commandes occupe les équipes jusqu'en soirée : prélèvement, reconditionnement si nécessaire, puis expédition. « Toute commande passée avant midi est livrée le lendemain », précise Xavier Malleret.

La durée de stockage dépend des produits. Les produits frais, avec une DLC (date limite de consommation) courte, ne font que passer. Sitôt livrés et contrôlés, ils repartent vers leurs destinataires. En revanche, pour les produits secs ou surgelés, elle peut être beaucoup plus longue, d'où l'importance d'une gestion des stocks rigoureuse.

Des rouages bien huilés

Orchestrer le stockage et le déstockage des marchandises est l'opération la plus délicate. Tous les entrepôts sont en effet équipés de racks mobiles. Le gain d'espace est considérable mais en contrepartie, toutes les marchandises ne sont pas accessibles en même temps. C'est pourquoi un logiciel compile toutes les commandes et indique aux agents dans quel ordre bien précis il faut récupérer chaque produit. Les racks sont ainsi successivement ouverts puis fermés jusqu'à ce que toutes les commandes soient prêtes.

Des rouages bien huilés – au sens propre comme au sens figuré – garantissent le bon déroulement des opérations en un temps record. Car dès le lendemain, avant l'aube, les transporteurs seront là pour récupérer les commandes, et il faudra tout recommencer...

Mutualiser les coûts

« Par notre activité, nous contribuons à maîtriser les coûts logistiques, car nous les mutualisons entre nos différents clients », constate Sébastien Mayenobe, directeur général adjoint. « Un client qui vient chez nous bénéficie d'un prix variable. Il n'a pas de coûts fixes tels que la location ou l'entretien d'un entrepôt, des équipes à payer tous les mois, et ce quelle que soit son activité. Chez nous, il est facturé au volume confié », poursuit-il.

Ce modèle offre aussi une grande souplesse : un client peut lancer un nouveau produit, tester une nouvelle gamme ou se développer sur un autre territoire, aux Antilles, en Guyane ou à Saint-Martin, sans avoir à investir dans son propre entrepôt.

*chaîne d'approvisionnement



© Jean-Albert Coopmann

Stéphanie Théodose, directrice d'exploitation de Logidom Martinique et Rebecca Jeannot, directrice d'exploitation de Frigodom Martinique

Frigodom s'agrandit

C'est en Martinique que la société Frigodom a vu le jour en 2003. L'entrepôt dédié au stockage des produits frais et surgelés a déjà été agrandi une première fois en 2014 et la construction d'une nouvelle extension permettant d'accueillir 5 000 palettes est en projet. La configuration sera la même, avec un premier quai de déchargement maintenu à 6 °C et une vaste zone de stockage équipée de racks mobiles maintenue à –18 °C.

FRIGODOM
ZIP Pointe des Grives, Fort-de-France
Tél. 05 96 39 30 30

LOGIDOM
ZIP Pointe des Grives, Fort-de-France
Tél. 05 96 39 30 37



Réseau électrique

« LE DRONE, NOUVEL ALLIÉ POUR LA PERFORMANCE DU RÉSEAU »

Yann Fleriag est préparateur d'exploitation et télépilote chez **EDF**. Les drones sont en effet de plus en plus utilisés pour contrôler le réseau haute tension, et les nouvelles technologies offrent de vraies perspectives pour gagner en efficacité.

Texte Caroline Bablin
Photo Jean-Albert Coopmann

Vous êtes préparateur d'exploitation chez EDF. En quoi consiste votre métier ?
En tant que préparateur d'exploitation, je veille, en amont des interventions sur les pylônes haute tension, à leur mise en sécurité afin que les équipes internes ou les prestataires d'EDF puissent effectuer des réparations ou des opérations d'entretien. Dans le jargon technique on parle de « consignation », car il s'agit d'une procédure bien précise qui se déroule en plusieurs étapes.

Vous êtes aussi télépilote de drone. C'est vous qui avez demandé à vous spécialiser ?
EDF a souhaité développer l'usage de drones pour certaines missions. Or j'avais déjà suivi la formation, à titre personnel, et passé le CATT, le Certificat d'aptitude théorique de télépilote. Je me suis donc porté volontaire. Ensuite, quand la réglementation française pour le télépilotage de drone s'est alignée sur la réglementation européenne, j'ai pu me former également au CATS, Certificat d'aptitude théorique spécifique via EDF.

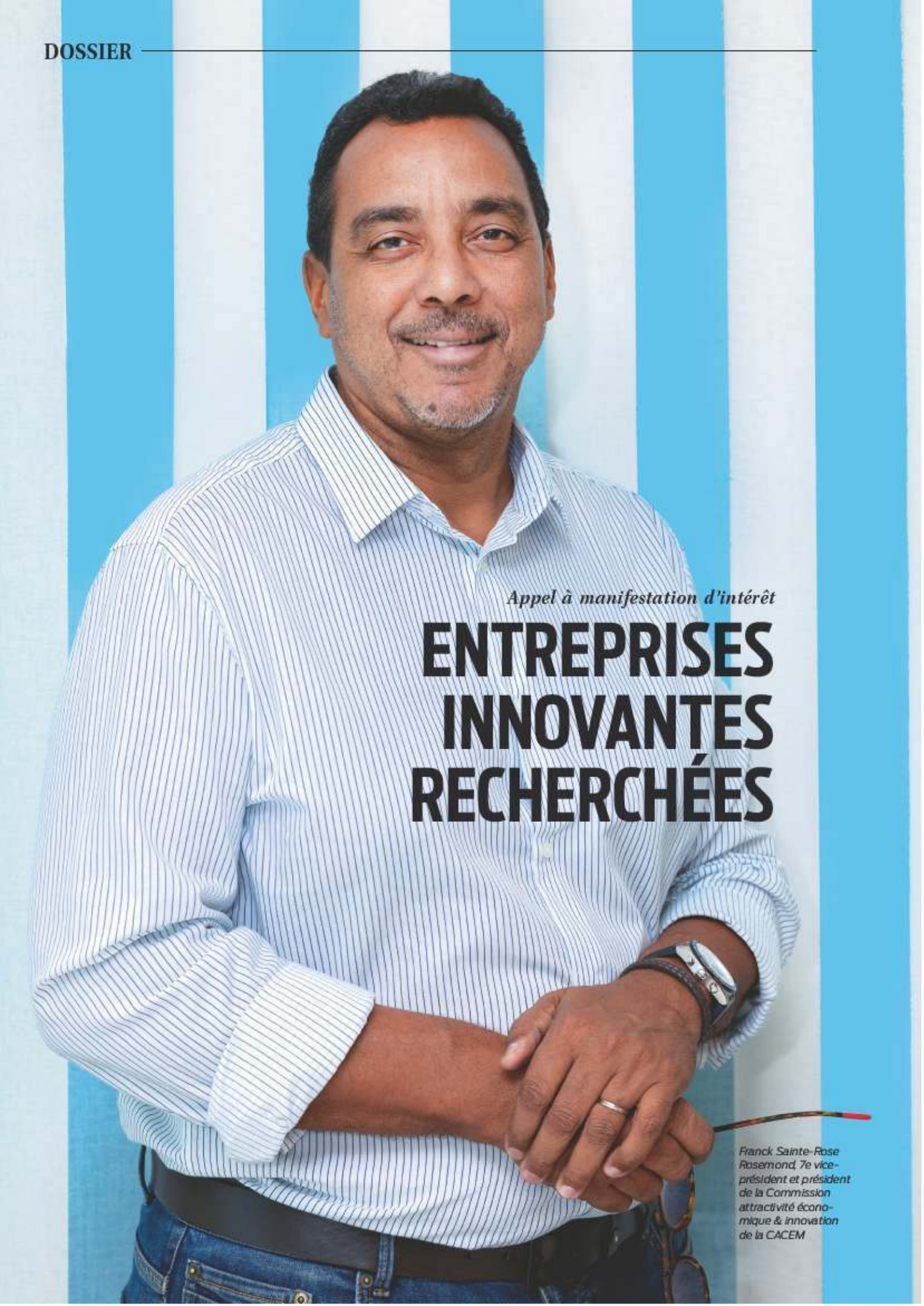
En quoi le drone a-t-il changé votre façon de travailler ?
Avant, pour inspecter un pylône, nous allions sur place avec des jumelles, ou alors nous devions passer par un prestataire afin qu'il monte au pylône, puisque nous ne sommes pas nous-mêmes habilités à le faire. Le drone a donc permis de renforcer la sécurité des intervenants. Quant aux diagnostics, il y a un niveau de précision que nous sommes loin d'atteindre avec des jumelles... Cette technologie nous permet aussi d'anticiper plus efficacement les opérations de maintenance. Grâce aux images haute définition collectées, les équipes peuvent détecter rapidement d'éventuelles anomalies, un isolateur oxydé par exemple, surveiller la végétation à proximité des ouvrages et contribuer à la fiabilité du système électrique au bénéfice des clients.

Quelles sont les précautions à prendre quand vous utilisez le drone ?
Lors de la formation, on nous apprend à voler dans différentes conditions, hors et en agglomération, car ce ne sont pas les mêmes règles de sécurité. L'utilisation d'un drone est encadrée par l'aviation civile. En fonction de la zone où on souhaite voler, il faut présenter des documents et une demande argumentée pour obtenir l'autorisation. Hors zone CTR (Control Traffic Region, zone de contrôle de l'espace aérien, N.D.L.R.), l'autorisation de la préfecture suffit. Mais en zone CTR, il faut aussi l'autorisation de la Direction générale de l'aviation civile. Bien sûr, plus on se rapproche de l'aéroport, par exemple, plus c'est réglementé et restrictif. Par ailleurs, EDF interdit le vol hors vue, c'est-à-dire qu'on ne doit jamais perdre le drone du regard. Ensuite, on regarde les conditions météorologiques avant de faire voler un drone, comme on le ferait dans l'aviation...
En moyenne, il faut compter une demi-heure sur le terrain, avec le drone, pour inspecter un pylône. Un temps relativement court comparé aux méthodes traditionnelles d'inspection à pied, qui nécessitent des déplacements parfois longs et un accès souvent difficile aux ouvrages. Si la préparation et la planification du vol, ainsi que le traitement des images et données collectées représentent un travail complémentaire important, le drone permet de gagner en précision et de réduire le temps consacré aux inspections sur le terrain en limitant l'exposition des agents aux risques.

> « LE DRONE PERMET DE GAGNER EN PRÉCISION ET DE RÉDUIRE LE TEMPS CONSACRÉ AUX INSPECTIONS SUR LE TERRAIN EN LIMITANT L'EXPOSITION DES AGENTS AUX RISQUES »
>
> Yann Fleriag, préparateur d'exploitation et télépilote

Le recours aux drones sera-t-il amené à se développer dans les années à venir ?
À ce jour, nous sommes trois télépilotes à intervenir sur le réseau HTB (63 000 V) et trois télépilotes pour le réseau HTA (20 000 V). EDF souhaite internaliser cette compétence en formant des agents et en s'équipant de matériels plus sophistiqués. Des drones équipés de capteurs LIDAR – pour mesurer les distances – sont par exemple en cours d'acquisition afin de cartographier la végétation autour des lignes. La photogrammétrie permet de reconstituer un pylône en 3d à partir de photos pour mieux repérer les éléments défectueux. La thermographie sert à repérer les points chauds. Enfin, le recours à l'intelligence artificielle doit nous faire gagner du temps pour l'analyse des données et la production des rapports. Le drone offre de vraies perspectives en termes d'efficacité et gain de temps.

EDF Martinique
www.edf.mq



Appel à manifestation d'intérêt

ENTREPRISES INNOVANTES RECHERCHÉES

Franck Sainte-Rose Rosemond, 7e vice-président et président de la Commission attractivité économique & innovation de la CACEM

Stratégiquement positionnée au centre de la Martinique, la pépinière Novagora de la **CACEM** s'impose comme un point névralgique de développement des entreprises innovantes du territoire. Avis aux porteurs de projet ambitieux : 7 à 8 places sont actuellement disponibles pour bénéficier d'un hébergement, d'un accompagnement expert et de l'émulation d'une communauté entrepreneuriale.

Texte Axelle Dorville - Photo Jean-Albert Coopmann

À quels besoins répond la pépinière Novagora ?
Franck Sainte-Rose Rosemond, président de la Commission attractivité économique & innovation de la CACEM : Notre collectivité considère, et cela depuis plusieurs années, que l'innovation est la clef de l'avenir de notre territoire. Nous disposons ainsi d'atouts considérables – notre richesse culturelle, humaine, issue des rencontres qui se sont produites dans notre Histoire ; notre créativité et notre résilience ; notre biodiversité extraordinaire – que nous devons apprendre à mieux utiliser, en développant une culture de l'innovation ainsi qu'une culture d'entreprise. Certains territoires montrent la voie, comme Singapour qui a fait le choix, dans les années 1980, de devenir un laboratoire mondial d'ingénierie urbaine, ou encore la Corée du Sud, qui est, elle, sortie d'une économie agraire en misant sur la spécialisation dans les semi-conducteurs.
En tant qu'élu à la commune de Schœlcher et en tant que vice-président à la CACEM, je milite pour faire « les choses simples d'abord ». Et une de ces choses simples, c'est de soutenir nos entreprises existantes, qui sont à la fois sensibles aux crises, et éloignées de l'accès aux aides publiques, par méconnaissance ou manque de moyens. C'est cela la raison d'être de Novagora : offrir des conditions optimales pour soutenir le développement des entreprises et de leurs projets face aux contraintes de nos petits territoires.

Quels sont les atouts de la pépinière Novagora ?
D'un point de vue logistique, la pépinière offre des locaux de qualité pensés pour les équipes, et surtout des espaces communs dédiés aux rencontres, à la formation et aux échanges conviviaux. Pour ce qui est de l'accompagnement, une équipe pluridisciplinaire animée par Gilles Gestel, passionné d'innovation, et complétée par des experts spécialisés, accompagne les entreprises hébergées en termes de stratégie, d'organisation, de droit, de gestion, de pilotage financier, de marketing et de communication notamment. L'écosystème Technopole Martinique, enfin, est un atout majeur pour créer de l'émulation, de l'entraide et des partenariats entre la communauté entrepreneuriale, les acteurs publics et plus largement, tous les acteurs de l'innovation du territoire. Je dirais que la force de l'accompagnement Novagora est de couvrir un large spectre de sujets, toujours dans un souci d'écoute, d'expertise et de flexibilité. Au-delà de ce que notre pépinière apporte à chaque entreprise, la vie en communauté s'avère réellement précieuse en ce qu'elle favorise les échanges d'expériences, nourrit et enrichit notre accompagnement, et permet aux entrepreneurs d'être des appuis pour eux-mêmes.

Vous lancez un nouvel appel à candidature. Quelles entreprises peuvent candidater ?
À l'exception des professions réglementées et des entreprises de l'agro-transformation – car nous avons créé une deuxième pépinière dédiée, Up'Agro – nous n'avons, en réalité, que deux critères de sélection. Le premier est d'être une entreprise de moins de deux ans. Le second, de porter une proposition différenciante mesurable, que ce soit au niveau des produits ou services, en termes de process de fabrication ou de méthode de travail. Nous souhaitons ainsi accueillir des entreprises ayant développé une offre innovante destinée au marché martiniquais tout comme aux marchés extérieurs, et ce quel que soit leur domaine d'activité. L'ensemble du processus de candidature a été simplifié et se déroule exclusivement en ligne, par le biais d'un système d'autoévaluation. La pépinière a la capacité d'accueillir jusqu'à 16 entreprises, chaque entreprise étant hébergée pour une durée de 4 ans. Cet appel à manifestation d'intérêt cherche aujourd'hui à accompagner 7 à 8 nouvelles entreprises, avec une approche renouvelée, plus approfondie et plus pédagogique. Et toujours la même ambition : permettre à nos entreprises de se structurer et de gagner en performance tout au long de notre accompagnement, pour durer et contribuer au développement du territoire.

CACEM Communauté d'Agglomération du Centre de la Martinique · TECHNOPOLE Martinique · Pépinière d'entreprises et incubateur NOVAGORA

REPÉRER, FINANCER, CHANGER LE MONDE

À l'issue de la 11e édition d'**Innovation Outre-Mer** (IOM), sa présidente Stéphanie Mareva Failloux nous livre sa feuille de route pour les années à venir. Entre refonte de l'association et nécessité de réinventer un modèle économique à bout de souffle, elle défend l'émergence de champions ultramarins capables de transformer durablement leurs territoires. Propos recueillis par Mathieu Rached



Vous avez pris la présidence d'Innovation Outre-Mer en mai 2025. Quelle est votre ambition pour l'association ?
L'objectif fondateur est de pérenniser la structure et de la rendre autonome. Pour cela, nous avons lancé l'IOM Club en juin dernier, avec de vrais adhérents, une plateforme digitale et un programme étalé sur toute l'année. Le concours n'est plus une fin en soi, mais un outil pour repérer les pépites. Nous bâtissons une structure solide pour pouvoir, à terme, la transmettre.

Au-delà des startups, l'innovation en Outre-mer est-elle un enjeu à part entière ?
Les startups sont un véhicule pour promouvoir un autre modèle économique. Nos territoires souffrent d'un système de rente et d'importation massif qui tend à creuser des inégalités sans protéger l'environnement. L'innovation doit permettre de sortir de cette dépendance et nous rendre souverain sur des enjeux clé comme l'alimentaire et l'énergie. Prenez l'entreprise polynésienne AIRARO, qui climatise l'hôpital de Tahiti à l'eau de mer et réduit sa facture électrique et les émissions de carbone correspondantes de 93 % ! Ce sont ces solutions concrètes d'autonomie que nous devons déployer et qui vont changer la destinée des territoires.

Le lancement du premier fonds d'investissement dédié, Outre-Mer One, est-il la réponse attendue ?
C'est une avancée historique que nous avons portée à bout de bras au cours des dernières années avec Outre-Mer Network, DGOM, la Banque des Territoires et INCO. Ce fonds est indispensable pour permettre aux projets en phase d'amorçage, d'accélérer. Je remercie et félicite le courage et la vision de Nicolas Hazard, fondateur et président du groupe INCO, qui s'est positionné dès la soirée IOM8 en 2023 et une visite de terrain que nous lui avons organisée, en Nouvelle-Calédonie en janvier 2024. Cependant, soyons lucides, le fonds Outre-mer One ne suffira pas, il en faudra d'autres pour co-investir et prendre le relais à chaque étape de croissance. Et pour cela, nous devons démontrer par l'exemple que l'impact social et environnemental de toutes ces startups ultramarines est positif et qu'elles sont rentables. Transformer sur le terrain une première fois pour transformer un paradigme.

Quels espoirs nourrissez-vous pour les 40 entrepreneurs sélectionnés pour cette 11e édition ?
Qu'ils ouvrent leurs chakras ! Plus sérieusement, c'est une semaine unique pendant laquelle ils vont rencontrer des grandes entreprises, des investisseurs, des institutionnels ; ils vont aussi être coachés par des experts et entrepreneurs à succès. C'est un programme intense, avec plus de 50 rencontres, qui leur donnera accès à des ressources et des réseaux qui les feront grandir.
Cette année, nous avons mis l'accent sur l'international en créant des passerelles concrètes avec l'Afrique en particulier la République du Congo, Taïwan, les États-Unis, le Canada ou encore Haïti. Nos entrepreneurs doivent voir au-delà de leurs marchés insulaires : ils ont en main des solutions aux défis climatiques et sociaux qui secouent notre planète aujourd'hui.

DES INVESTISSEMENTS À IMPACT

Porté par la ministre des Outre-mer Naïma Moutchou et soutenu par des poids lourds (Business France, Bpifrance, AFD, Banque des Territoires), le fonds Outre-Mer One pose les bases d'un dispositif d'investissement inédit, entièrement pensé pour propulser l'innovation et le changement d'échelle des entreprises ultramarines. Ce véhicule financier pionnier veut offrir aux entrepreneurs locaux une réponse sur mesure pour bâtir les champions de demain, pour conjuguer rentabilité et utilité.

1er octobre 2026 :
Date historique de la toute première édition de Choose Outre-mer à la Banque de France, à Paris.

6 milliards d'euros :
Le montant des projets d'investissement annoncés pour cette première édition.

50 millions d'euros :
La taille cible du nouveau fonds « Outre-Mer One », géré par INCO Ventures et dédié à la croissance des entreprises ultramarines.

34 millions d'euros :
Le montant du premier closing déjà sécurisé grâce aux partenaires financiers pour amorcer les investissements.

9 projets d'exception :
Le nombre de startups et entreprises mises en lumière lors du concours de pitch devant des investisseurs comme Bpifrance et la Banque des Territoires.

Objectifs cibles
1. Ressources & énergies durables : Valorisation des ressources naturelles et essor de la transition énergétique. **2. Décarbonation & souveraineté économique :** Soutien à l'agri-foodtech, la cleantech, la mobilité et la gestion des déchets. **3. Transition sociale & inclusion :** Financement de la santé, du logement, de l'emploi, ainsi que du tourisme et de la culture responsables.

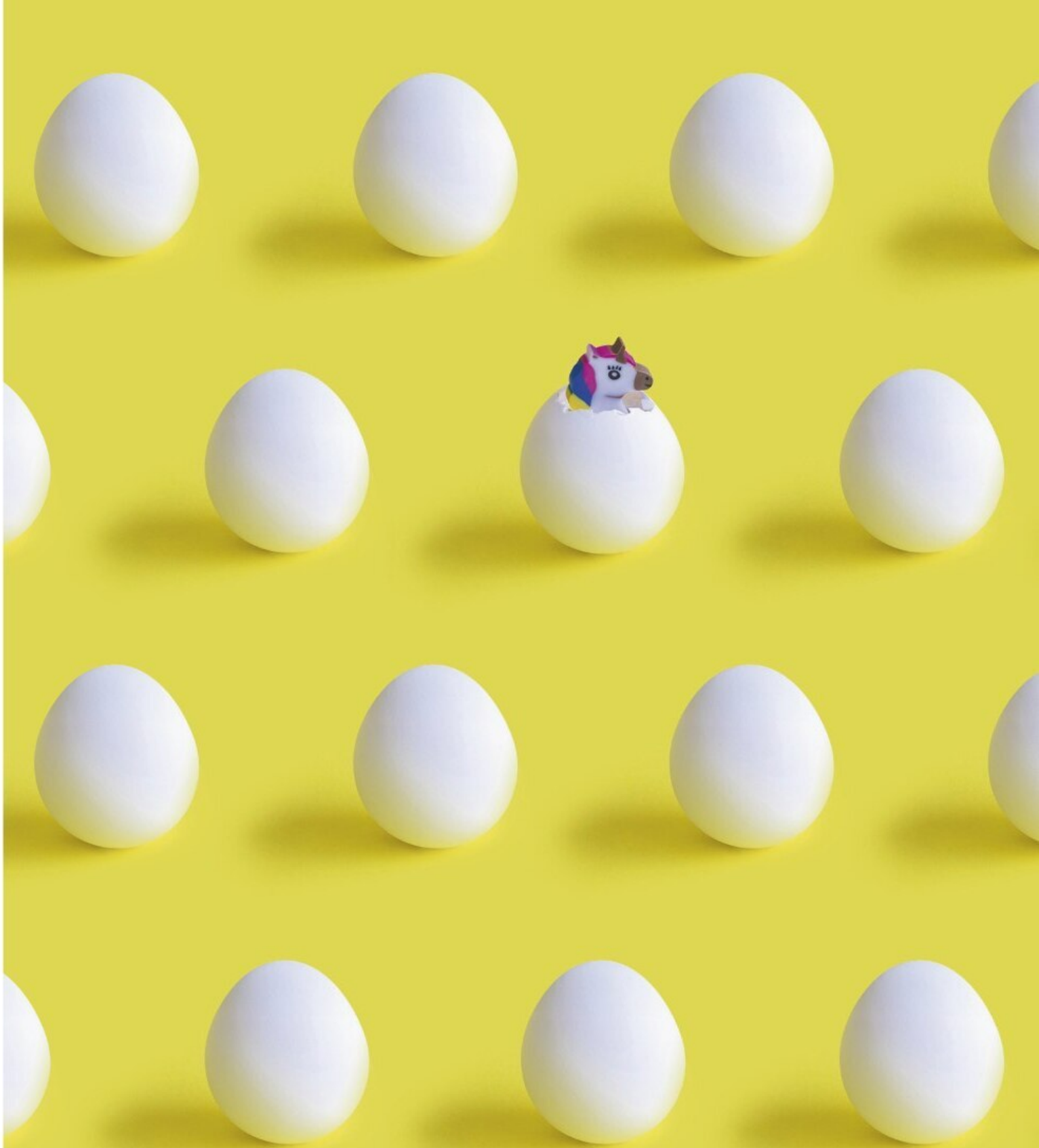
À LA **RECHERCHE** DE LA PROCHAINE **LICORNE**

LICORNE, NOM FÉMININ

1. ANIMAL FABULEUX AYANT UN CORPS DE CHEVAL, UNE TÊTE DE BOUC, UNE LONGUE CORNE AU MILIEU DU FRONT ET SOUVENT DES PIEDS FOURCHUS.

2. START-UP NON COTÉE EN BOURSE DONT LA VALORISATION, BASÉE SUR UN POTENTIEL DE CROISSANCE TRÈS IMPORTANT, DÉPASSE LE MILLIARD DE DOLLARS.

SOURCE : DICTIONNAIRE LAROUSSE





Francesca Ribac (KairnUp), Jerome Idylle (Babypoom), Fabien Félixine (Jobbiz), Georges-Emmanuel Arnaud (CFC Db) et Cédric Contaret (DOSCCAR)

C'est bien de startups dont il sera question dans ce dossier ! En avril dernier, l'association Webmonster, une communauté tech qui rassemble plus de 850 professionnels du numérique en Martinique, Guadeloupe et Guyane, a lancé la plateforme hubmonster.io. La plateforme propose un espace centralisé pour découvrir des initiatives locales, collaborer et accélérer la croissance de projets à fort potentiel. « Je crois fermement que les Antilles-Guyane regorgent de talents et de projets innovants qui méritent d'être mis en lumière. Avec hubmonster.io, notre objectif est de créer une plateforme où ces idées peuvent s'épanouir et atteindre leur plein potentiel », se réjouissait Xavier Simacourbe, président de l'association, lors du lancement. Même enthousiasme du côté de Jeffrey Monlouis, vice-président et développeur autodidacte : « Je suis convaincu que les projets digitaux développés par les talents locaux sont un puissant levier d'émancipation pour les économies émergentes ». Début novembre, la plateforme comptabilisait 125 projets référencés, 106 utilisateurs et un trafic d'environ 1 000 visites par mois.

« Nous souhaitons répondre à un besoin croissant de structurer et de renforcer l'écosystème entrepreneurial caribéen en facilitant les synergies entre les talents, les idées et les financements », poursuit Xavier Simacourbe.

Pensée pour un large public – entrepreneurs, startups, investisseurs, mentors ou simples curieux – la plateforme se distingue par son ancrage territorial et sa dimension communautaire. Elle offre une vitrine accessible pour valoriser les projets locaux tout en facilitant les mises en relation stratégiques. Ce positionnement unique en fait un levier clé pour l'inclusion numérique et le développement d'un tissu économique innovant dans la Caraïbe française. En favorisant la collaboration et le partage de connaissances, hubmonster.io ambitionne de contribuer à la création de nouvelles opportunités économiques, à la montée en compétences des acteurs locaux et à la structuration d'un écosystème durable. À terme, la plateforme entend devenir un référent régional en matière d'innovation et d'outils digitaux pour PME. »

Nous avons donc souhaité laisser la part belle à ces innovations et demandé à Xavier Simacourbe de nous dresser la liste des potentielles licornes antillo-guyanaises. En voici les portraits.

Merci à Tropiques Atrium, scène nationale de la Martinique, de nous avoir permis de photographier ces start-up dans le grand escalier du hall d'entrée.

FIDDEO

LA CARTE DE FIDÉLITÉ LA PLUS SIMPLE AU MONDE

Conversation avec Mathieu Rached

« LEUR PRINCIPE EST GÉNIAL, IL POSE LES BASES POUR UNE NOUVELLE MANIÈRE DE CONSOMMER, SANS LA CONTRAINTE PHYSIQUE OU NUMÉRIQUE DES INNOMBRABLES PROGRAMMES DE FIDÉLITÉ ET APPLICATIONS DE MARQUES. »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster - Photo Marion Dolivet

Jean-Michel et Rénald, 21 ans, Guyanais et Haïtien, démocratisent la création de programmes de fidélité performants pour tout commerce. Côté consommateurs : plus de carte papier à tamponner ni d'application à installer, une carte de fidélité stockée sur le Apple Wallet et le Google Wallet des Smartphones. www.fiddeo.fr

« Il y a deux ans, durant notre cursus en BUT informatique en Martinique, nous nous sommes mis à développer nos services (création de sites internet, applications web...) car on se rendait compte que nos compétences techniques s'étoffaient et pouvaient être mises à profit des entreprises locales qui ont beaucoup de mal à se digitaliser. Aujourd'hui nous sommes en master en ingénierie logiciel et nous poursuivons le développement de Fiddeo, notre projet le plus abouti.

Il part du constat que de nombreux commerçants utilisent des cartes de fidélité papier, qui ne leur permettent pas de suivre efficacement les habitudes de consommation et la fréquence des visites de leurs clients. Sans compter que les clients peuvent les perdre, les oublier, et que finalement ils ne profitent jamais réellement de leurs avantages fidélité. C'est le phénomène de la 11e pizza gratuite à laquelle personne n'a finalement jamais droit (rire). Par ailleurs, d'autres commerçants vont, eux, développer leur propre appli pour créer leur programme de fidélité, ce qui démultiplie les comptes et applications qu'un consommateur doit installer sur son téléphone. Dans les deux cas, nous avons étudié le problème avec la conviction que la solution serait numérique. Pour simplifier ces réalités de terrain, il nous fallait créer une carte de fidélité numérique et sans application à télécharger, c'est-à-dire directement intégrée au Wallet qui équipe tous les smartphones (Apple Wallet ou Google Wallet).

Dès lors, avec Fiddeo, tout se passe lors du premier achat dans un commerce : le client scanne un QR code, ajoute sa carte au Wallet du téléphone, c'est fini. Et pour le commerçant, à chaque passage en caisse, il scanne la carte sur le smartphone et pilote ensuite la fidélité de ses clients depuis son interface Fiddeo à lui.

Pour concevoir le prototype, l'offre, les fonctionnalités, nous avons pu compter sur l'écoute et les conseils d'Erol Elisabeth, attaché temporaire d'enseignement et de recherche (ATER) à l'IUT et fondateur de l'entreprise Beepway.com ainsi que de Christophe Jean, directeur des études du BUT Informatique.



Jean-Michel Harrow et Rénald Désiré

Aujourd'hui, Fiddeo est accessible en ligne et entre dans une phase de déploiement, avec trois mois offerts pour permettre aux commerçants de découvrir et de tester la solution. Notre objectif est désormais de faire connaître Fiddeo auprès des commerçants et de leur montrer comment la fidélité digitale peut contribuer à renforcer leur relation client. La création de carte de fidélité numérique d'une enseigne sans téléchargement préalable d'application constitue une première en Outre-mer, mais aussi à l'échelle européenne. En nous concentrant sur l'étendue des fonctionnalités du Wallet, notre marque peut démocratiser et simplifier les modalités des cartes de fidélité. pour tous les commerces et tous les consommateurs en Martinique, en Guadeloupe, en Guyane, et au-delà. »

Trois formules pour les commerçants selon le niveau de pilotage du suivi client requis (customisation, suivi, relance, vision globale, multi-enseignes…) Fiddeo go 24 € - Fiddeo essentiel 29 € - Fiddeo pro 79 €.

BABYPOOM

LA MARQUE QUI DÉPOUSSIÈRE LE FAIRE-PART DE NAISSANCE

Conversation avec Floriane Jean-Gilles - Photo Jean-Albert Coopmann

« LE CRITÈRE DE RÉUSSITE BASIQUE SUR INTERNET, C'EST LE NOMBRE D'UTILISATEURS. C'EST LA PREUVE QUE TON PRODUIT FONCTIONNE. AUJOURD'HUI, UNE STARTUP DE CHEZ NOUS CARTONNE, C'EST BABYPOOM : 2 MILLIONS D'UTILISATEURS DANS LE MONDE ! ET POURTANT LE PROJET PASSE TOUT À FAIT INAPERÇU. »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster

À la naissance de sa fille, en 2015, Jerome Idylle a voulu annoncer la nouvelle à ses proches. Il code une petite application intégrant une mécanique de gamification : il crée ainsi une expérience où ses proches découvrent bébé par le jeu. On doit deviner le prénom pour découvrir une première photo, on peut revivre les moments forts de la grossesse ou écrire dans un livre d'or, etc. Le succès est au rendez-vous, ses proches le sollicitent pour réutiliser l'outil. Avec 600 000 naissances/an en France et un besoin partagé, Jerome lance une version grand public quelques mois plus tard. www.babypoom.com



Jerome Idylle, créateur de Babypoom

« Si j'ai pu toucher près de 2 millions de familles, c'est parce que j'ai pensé une distribution la plus digitale possible. C'était le moyen de faire tomber les frontières géographiques. L'étroitesse du marché est une réalité. Avec 3 000 naissances par an, en moyenne, en Martinique et autant en Guadeloupe, même si je les avais toutes, je n'aurais pas pu faire tourner l'entreprise. 98 % de ma clientèle est hors de nos territoires et il ne pouvait pas en être autrement puisque mon produit génère de petites marges, donc il me fallait du volume. C'est tout l'enjeu du Product Market Fit (PMF), c'est-à-dire l'adéquation produit/marché : est-ce que le produit correspond au marché ? J'ai analysé les avis des consommateurs, les taux de conversion après une campagne de publicité et les recommandations. J'ai aussi observé un fort taux d'acquisition organique. Quand un parent partage son annonce, il cible, en général, des personnes de la même tranche d'âge que lui. Beaucoup de ces personnes viennent ensuite chez nous. Et les parents qui ont utilisé Babypoom reviennent pour annoncer une 2e ou une 3e grossesse. Le marché aime le produit, il est recommandé, il est bien noté donc on a un PMF. La majorité des acquisitions a été faite en ligne, même si j'ai eu des parutions dans quelques magazines spécialisés. Aujourd'hui, je cherche encore à diversifier l'acquisition en internationalisant le produit. Quand je fais des études de marché, j'ai des outils qui me permettent de savoir ce que les gens recherchent, quels mots-clefs sont utilisés et dans quelle proportion surtout. Il y a entre 50 000 et 70 000 requêtes « faire-part de naissance » par mois en France. Je procède de la même manière pour tous les pays. J'adapte ensuite ma stratégie, et tout le défi est là : comment je fais savoir que mon service existe quand les utilisateurs font ce type de recherches ? Car je suis loin d'être le seul sur ce marché. Internationaliser un produit demande un certain temps, il faut être complet sur l'ensemble du système, j'y travaille en ce moment en me concentrant uniquement sur ce qui a fonctionné. Je suis reparti de zéro sur cette partie-là. Une fois que la mécanique est faite pour une langue, elle est facilement duplicable sur une autre. J'ai aussi fait un pas de côté en écoutant les besoins des utilisateurs qui demandaient souvent si on pouvait annoncer des mariages. Tout ce travail que j'ai recommencé intègre du coup un modèle beaucoup plus large en sortant de la verticale de la naissance. Ce sera PoomStudio, on garde l'esprit et on se positionne comme un acteur du souvenir sur 52 événements de la vie ! Le modèle est prêt.

J'ai mis beaucoup d'énergie sur ce projet depuis sa conception. Je l'ai financé sur fonds propres. En fait, j'ai tout fait pour être autonome sur la phase *go to market*. J'ai beaucoup *bootstrapé* au début, comme beaucoup d'entrepreneurs, c'est-à-dire que j'ai fait avec les moyens du bord, pour valider le maximum d'hypothèses. J'avais toutes les compétences pour lancer le produit. Aujourd'hui, je me suis entouré de personnes qui ont des compétences précises, pour renforcer les composantes essentielles du business qui permettront d'aller plus loin. Moi je suis tech, mais il fallait un meilleur tech que moi ; sur le graphisme aussi, parce qu'il faut réussir à transmettre des émotions. Ces deux personnes m'ont rejoint il y a 2 ans environ.

Actuellement, nous proposons un modèle freemium, c'est-à-dire qu'on peut créer son annonce de naissance gratuitement avec la version « basic ». Notre modèle économique repose aussi sur une version « premium », payante, plus personnalisable. On peut ajouter de la musique, changer les thèmes ou ajouter plus de photos par exemple. La 3e offre, « souvenir », payante elle aussi, intègre un album de naissance version papier. Car si le digital est super pour le partage, rien ne vaut le print pour le souvenir. On est très sensible au produit : on a une interface fluide, une appli opérationnelle, on est présents sur tous les supports, y compris sur WhatsApp. L'expérience tech est totale. »

DIKO KRÉYOL

LE DICTIONNAIRE COLLABORATIF DU CRÉOLE

Conversation avec Floriane Jean-Gilles- Photo Jean-Albert Coopmann

« DIKO KRÉYOL EST UN OUTIL SCIENTIFIQUE QUI VISE À INSCRIRE LA LANGUE DE FAÇON DURABLE ET OFFICIELLE AU NIVEAU INTERNATIONAL. C'EST UN TRAVAIL ESSENTIEL, À PARTIR DUQUEL ON POURRA DÉVELOPPER ENSUITE DES OUTILS DE TRADUCTION AUTOMATIQUE QUI CRÉERONT DE LA VALEUR. »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster

Quand ses enfants lui demandent régulièrement « Comment on dit en créole ? », Loïc Clérima peine à trouver des réponses rapidement. Peu d'outils sont disponibles sur Internet, il y voit une opportunité, il crée, en 2022, un dictionnaire collaboratif, le Diko Kréyol. www.diko-kreyol.com/fr

« On a pris le parti d'amener la langue, et la culture, puisqu'elles sont liées, sur le terrain de la tech dans la construction du dictionnaire. Passée la phase d'apprentissage, je me suis orienté vers une ONG, SIL Global (Société internationale de linguistique), qui crée des dictionnaires, même si dans leur cas, c'est dans un but religieux. J'ai effectué plusieurs séances de travail avec eux pour que le logiciel support puisse accueillir deux langues : le créole martiniquais et le créole guadeloupéen. C'est ce logiciel qui permet de référencer les mots en respectant les règles de la lexicographie professionnelle. J'étais encore seul à ce stade. Je me suis ensuite rapproché de la communauté Webmonster pour m'aider à y voir plus clair sur l'aspect développement informatique du projet. C'est à ce moment qu'on a eu l'idée d'un dictionnaire collaboratif. Tout le monde peut y contribuer, il y a ensuite un système de validation en interne pour que les mots, et leur définition, soient référencés. On réunit pour cela un groupe de modérateurs composé d'une dizaine de personnes. Nous n'avons pas eu recours à l'intelligence artificielle (IA) comme générateur de mots car c'est un outil qui connaît très mal nos réalités. En revanche, nous avons implémenté l'IA pour façonner l'outil et pour lier les citations et les exemples aux mots référencés. Bien qu'on ait l'outil, on a mis en pause le projet, en 2023, car nous nous sommes aperçus que nous n'avions pas la structure adéquate pour soutenir ce projet et engager une communauté. On a donc créé l'association Kreyogene qui vise à intégrer le créole dans le quotidien, à travers des jeux et un espace numérique, Kreyospot, qui accueillera le dictionnaire.

L'objectif du dictionnaire est de démocratiser la langue. Alors, on peut se poser la question de l'intérêt d'un dictionnaire à l'heure de Google Translate ! En fait,

les outils que nous avons actuellement à disposition fonctionnent avec l'existant, or l'existant ne reflète ni la maturité de la langue ni la richesse de son vocabulaire. On s'est aussi posé la question de la souveraineté : qui dispose des données et qui les produit ? Aujourd'hui une personne qui cherche une traduction va spontanément utiliser l'IA. Mais on ne sait pas vraiment qui crée la traduction. C'est pour cette raison qu'on a donc d'abord voulu revenir aux mots en créant un dictionnaire, plutôt qu'un traducteur. Même si à l'heure actuelle, nous sommes déjà en mesure de le proposer. Mais avant de lancer cette phase « traducteur », nous voulons enrichir la langue. C'est un maillon essentiel pour un traducteur performant. On est actuellement dans cette phase de collecte de mots, la communauté de notre chaîne WhatsApp est très active à ce niveau-là. La prochaine étape prévoit une relecture de la base par l'équipe de modérateurs et une publication officielle pour diffuser plus largement une base de données pour le développement de sites internet voire tout autres solutions numériques ou physiques utilisant la langue. Le processus collaboratif sera, à ce moment-là, plus largement étendu. On a prévu d'intégrer d'autres outils au fur et à mesure : des vocaux, des images, etc. Le côté gamification existe aussi avec un système de points quand on ajoute des mots et des classements. On souhaite que les jeunes s'emparent de l'outil et qu'il serve de lien avec les personnes plus âgées pour capter des mots. Le Diko Kréyol va au-delà du dictionnaire, c'est un lien patrimonial. Le travail sur les mots et les expressions permet aussi de mieux s'approprier son environnement immédiat, d'agir et de s'ancrer dans sa réalité. C'est ça aussi l'enjeu. Le créole est une solution pour nos sociétés, il crée du lien, il crée aussi de l'emploi (professeurs, traducteurs...) donc de la valeur. Nous sommes dans une dynamique économique. Le créole devient un outil économique, en partant du mot, on peut remonter à des ouvrages, à de la musique... En cliquant sur un mot, l'utilisateur aura accès à tous ces éléments. On crée un écosystème. Nou ka mété doubout an laliwonnay. »



Loïc Clérima, créateur de Diko Kréyol

JOBBIZ

LE FUTUR GÉANT DE L'INTÉRIM

Conversation avec Mathieu Rached- Photo Jean-Albert Coopmann

« LA SOLUTION A ÉTÉ CONSTRUITE À PARTIR D'INGÉNIERIE, DE RÉFLEXION, DE DISCUSSION AVEC LES ENTREPRISES. AU NIVEAU NATIONAL ET INTERNATIONAL, IL N'Y A PAS D'ÉQUIVALENT, MÊME FRANCE TRAVAIL AURAIT DÛ FAIRE UN TRUC COMME ÇA. »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster

En simplifiant toutes les démarches qui régissent le marché de l'intérim, Fabien Félixine remet l'humain au centre du jeu et révolutionne un secteur. www.jobbiz.fr

« Tout est parti de 80 € qui ne m'ont jamais été versés à l'issue d'une mission d'intérim où je faisais de la mise en rayon en hypermarché, il y a 6 ans de ça. J'avais 19 ans, mon relevé d'heure a été égaré, ni l'entreprise ni l'agence d'intérim ne l'ont retrouvé, et je n'ai jamais été payé pour cette journée de travail. On peut se dire que "ça arrive" mais en réalité, des outils numériques calibrés permettent précisément que ça n'arrive jamais (sourire). C'est comme ça qu'est né le projet Jobbiz, avec l'objectif de pallier les innombrables défauts du système classique reposant exclusivement sur des agences traditionnelles avec des heures d'ouverture fixes pour consulter les annonces, apporter un justificatif, déposer ses relevés d'heures, etc. Le numérique apporte aux intérimaires plus de fluidité et d'agilité, exactement ce que, par ailleurs, leur statut exige avec des missions du jour au lendemain. Pour donner un exemple, tout juste hier matin, à Jarry, notre commercial présente Jobbiz dans un commerce qui se révèle avoir besoin d'une vendeuse pour l'après-midi même. Avec la plateforme en ligne, le commercial a créé son compte en direct, l'annonce a été publiée, les profils correspondants ont reçu la notification, une personne a accepté la mission et Jobbiz a validé son profil. À 13h35, la vendeuse était là. C'est un cas rare évidemment, mais ça illustre la puissance du numérique et des fonctionnalités que nous avons façonnées pour simplifier la vie de tout le monde : employeur et intérimaire. On a tout créé de A à Z, une application pour les professionnels où ils formulent les demandes, et une application pour les collaborateurs non permanents où ils reçoivent les demandes. Surtout, on a pris 5 ans pour arriver à ce niveau d'optimisation. Attention, on parle de numérique mais pas d'automatisation bête et méchante ! Le numérique simplifie toute la chaîne, de l'annonce au recrutement, pour pouvoir laisser l'humain à sa juste place. Car la plus value d'un recruteur d'intérim est avant tout dans le contact humain, dans la recherche du bon profil, l'analyse des soft skills, dans la capacité à identifier, écarter, valider les bonnes associations entreprise / intérimaire. C'est ce que nous faisons pour 100 % des missions qui sont contractualisées via notre marque, c'est toujours une personne de chez nous qui finalise. C'est presque ça, le plus important ! Le code informatique des fonctionnalités Jobbiz, c'est un moyen simple et fiable pour arriver à ce type de confiance et de performance dans les recrutements. Avec 20 000 candidats inscrits, 250 entreprises, des centaines de postes validés, 2 territoires, le modèle est déjà validé par le marché. Je ne regarde qu'une chose : la marge de progression. Devenir une licorne je ne sais pas (sourire) mais devenir LA référence de l'intérim, inventée en Outre-mer, on va tout faire pour. »



Fabien Félixine, président et cofondateur de Jobbiz

LIMIÈ KILTI

OU L'ART DE DIGITALISER L'HISTOIRE

Conversation avec Floriane Jean-Gilles- Photo Jean-Albert Coopmann

« C'EST PRIMORDIAL QUE LES GENS SACHENT QU'IL EXISTE UNE VRAIE TECH CULTURELLE CHEZ NOUS, ALORS QU'ELLE EST TRÈS PEU REPRÉSENTÉE DANS L'HEXAGONE. MÉLODY MOUTAMALLE EST UN PILIER DU NUMÉRIQUE CULTUREL, ET POURTANT LA PLUPART DE CE QU'ELLE PRODUIT EST INVISIBLE. » Xavier Simacourbe, président de Webmonster

Limiè Kilti est une entreprise culturelle. Son ambition est de mettre en valeur l'histoire de la Martinique via différents outils et supports. www.limiekilti.fr

« Je me suis spécialisée sur les supports digitaux, j'adore ça. Je conçois aujourd'hui des expositions et des parcours digitalisés pour des communes notamment. Cet apport digital vient en complément de panneaux physiques pour les expositions, car je suis persuadée que le digital ne remplacera jamais totalement le physique, c'est pour ça que j'aime parler de « phygitalisation ».
Limiè Kilti a évolué avec le temps, au départ, en janvier 2019, j'ai créé le site pour faire du community management (CM) culturel, ce qui me permettait d'allier mes deux centres d'intérêt : l'histoire et les réseaux sociaux. Ça n'a pas vraiment pris, donc j'ai laissé le site en stand-by quelque temps. Puis, il s'est avéré que mon projet allait

au-delà des réseaux sociaux et de mon blog Pitak. Limiè Kilti est devenu l'expression d'une manière de digitaliser l'histoire, à travers un site internet, un circuit dans une commune, comme « Foyal noir » ou un escape game. Je m'amuse beaucoup à imaginer ces contenus. La ligne éditoriale de Limiè Kilti a complètement changé à ce moment-là : je ne raconte plus seulement l'histoire, je la montre aussi en rendant accessible des archives, je cherche à la rendre vivante par l'immersion.

On retrouve trois services sur le site Limiè Kilti. Le premier c'est la factory culturelle où je conçois des projets historiques, patrimoniaux, culturels ou mémoriels. On est là sur de l'ingénierie culturelle digitale pure. Le deuxième volet, c'est la partie originelle du site, le CM culture ! J'ai, par exemple, animé cette année le compte Instagram du festival de Fort-de-France. Le troisième service tourne autour du marketing culturel, mais je suis toujours en train de travailler ce service pour y intégrer du podcast, du copywriting, etc. On travaille d'ailleurs avec mon graphiste à la refonte complète du site.

Les levées de fonds pour la culture sont très compliquées, il y a peu d'acteurs, hormis la DAC Martinique qui me suit toujours, et les enveloppes accordées ne sont pas très élevées. Pour les fonds européens, les dossiers sont tellement complexes que je refuse de me lancer là-dedans toute seule. On manque, par ailleurs, cruellement d'expertise sur



Mélody Moutamalle, créatrice de Limiè Kilti

le territoire pour gérer ces dossiers. Le projet Limiè Kilti souffre de ce manque de financements, je n'ai pas encore les moyens de mener ce projet là où j'aimerais. Mais Limiè Kilti est toujours là et continue d'évoluer. »

SARGAWATT

CRÉER LE MARCHÉ DE LA SARGASSE SÈCHE

Conversation avec Floriane Jean-Gilles - Photo Jean-Albert Coopmann

> « SARGAWATT EST UN VRAI PROJET INDUSTRIEL. C'EST EXCEPTIONNEL EN TERMES DE TECHNOLOGIE ET DE SIMPLICITÉ D'UTILISATION. DE LA COLLECTE À L'ANTICIPATION DES ÉCHOUAGES, TOUT EST PRÉVU. »
>
> Xavier Simacourbe, président de Webmonster

Sargawatt propose des solutions pour collecter plus efficacement et plus massivement les sargasses en vue de leur valorisation industrielle. www.sargawatt.com/fr/

« Matthieu Bergot, mon associé, m'a contacté fin 2022 car il connaissait mon intérêt pour la problématique des sargasses. Il voulait qu'on identifie les freins à leur industrialisation, aussi bien en termes de coûts énergétiques que de coûts financiers. On travaille donc du brin de sargasse jusqu'à la valorisation. Dans un premier temps nous nous intéressions à la valorisation énergétique, d'où le « watt » de Sargawatt. Le constat est le suivant : en l'état actuel des choses, si on ne fait rien, la sargasse a un coût, économique, sanitaire, environnemental, qu'on évalue à plusieurs centaines de millions d'euros par an à l'échelle de la Caraïbe. Notre objectif est de réduire ce coût, tout en réduisant le coût des initiatives mises en œuvre dans la lutte contre les sargasses (mobilisation des ressources, dimensionnement des opérations de collecte, optimisation du positionnement des barrages, etc.). Sargawatt se décline en 3 volets, dont l'état d'avancement diffère. Le premier volet concerne la collecte. Depuis 2024, on développe un outil de ramassage qui se situe à mi-chemin entre le Sargator et le Sarga Quick, qui sont les deux principaux outils utilisés aujourd'hui : le SargaJet. C'est un système automatique qui permet de remplir des filets de sargasses à la chaîne. On a éliminé toute la manutention qui consiste à devoir fermer et réinstaller un nouveau filet à chaque fois qu'un filet est plein. Notre outil peut générer une vingtaine de filets en un passage dans une nappe de sargasses et ne nécessite pas de modification du bateau. L'objectif c'est que ça soit un outil supplémentaire à la panoplie d'outils que les marins-pêcheurs ont à disposition dans le cadre du marché de collecte. Nous avons inauguré notre premier site technique caribéen, un atelier de conception, de production et de stockage des Sargajets, au Robert, le 21 octobre dernier. Donc ça, c'est notre produit principal.

Le deuxième volet c'est SargaMap, un outil de prévision d'échouement. On utilise pour cela des modèles hydrodynamiques grand public qui donnent les prévisions des courants et des vents jusqu'à 10 jours dans le futur. On utilise ensuite un modèle de dispersion que j'ai développé dans le cadre de The Ocean Cleanup, qui permet de discrétiser les nappes de sargasses en milliers de particules que nous faisons voyager depuis la zone où elles sont détectées jusqu'à la côte, en leur faisant suivre les lignes de courant et de vent. Là où notre modèle de projection est performant c'est qu'il nous permet de localiser les endroits où les pointes des côtes vont créer une espèce de barrière naturelle qui va empêcher les sargasses de rentrer dans la baie. On a développé un module associé qui permet ensuite d'évaluer la performance des systèmes d'interception (les barrages). On va observer les échouements sur plusieurs années et en fonction de la localisation et de l'orientation du barrage, on peut savoir par kilomètre de barrage quelle proportion de sargasses a été interceptée. Et ça, combiné à une composante un peu plus ingénierie, où on va jusqu'à prendre en compte tout ce qui est ancrage. Donc regarder le nombre d'ancres, quel est le poids nécessaire en termes d'ancrage, la solidité des amarres, en fonction de la profondeur du barrage, de sa porosité, etc. C'est un outil plus B2B, mis à disposition des poseurs de barrage pour quantifier les différents éléments relatifs à leur système.



Bruno Sainte-Rose, Cofondateur de Sargawatt

L'autre levier pour diminuer le coût de collecte de sargasses réside dans les revenus générés par leur valorisation, c'est là qu'on introduit SargaDry, le troisième volet du projet. Nous estimons que les sargasses sèches ont un meilleur potentiel que les sargasses fraîches, car le séchage permet à la fois de stabiliser la matière, de lisser les flux et de l'exporter plus facilement à l'international. Le séchage doit donc être le plus efficace possible et le moins cher possible. Si on est capable de démocratiser un outil de séchage, cela peut stimuler la collecte pour créer le marché de la sargasse sèche. L'objectif est de travailler un design en open source, afin que les plans soient accessibles au plus grand nombre. L'idée est de dire : on vous paye pour sécher les sargasses, on récupère les sargasses sèches et on les vend. Selon nos estimations, on serait entre $500 et $1 000 la tonne de sargasses. On est au stade embryonnaire pour la phase SargaDry. On est en train de monter des dossiers pour déclencher des financements. Les risques associés à cette technologie sont relativement élevés, on ne sait pas encore si on va y arriver. Il y a aussi toute la problématique des effluents de ce procédé. Pour être efficace dans le séchage, il faut d'abord enlever mécaniquement le maximum d'eau des sargasses avant la phase de séchage proprement dite. Or, tout ce qui va sortir des sargasses pendant cette phase de séchage sera chargé en arsenic et en métaux lourds. On s'est associé à des laboratoires spécialisés pour intégrer des techniques de captation de ces métaux à notre solution de séchage. On travaille sur un programme de 18 mois, les premiers plans devraient sortir au plus tard au 4e trimestre 2027. Pour l'instant, on n'est pas encore sur des montants qui feraient fuir les financiers. On a jusqu'à récemment réussi à *bootstraper* la première phase de notre développement, mais dès qu'on va commencer à rentrer dans des considérations comme des unités pilotes ou des mini-usines, il faudra être en mesure de lever pas mal de capitaux. Jusque-là nous avons utilisé tous les outils mis à disposition par la BPI en termes de financements, ce qui veut aussi dire qu'en face nous avons dû mettre des fonds propres, puisque la BPI finance rarement à 100 %. L'esprit « *venture capitalist* » fait un peu défaut en Martinique. Nos banques sont moins bien câblées pour financer des entreprises dont le profil de risques est plus élevé. Pourtant c'est crucial si on veut être disruptif et mettre sur le marché des innovations qui nous différencient et créent une vraie valeur ajoutée. »

KAIRNUP

LE BRAS DROIT DES CHEFS D'ENTREPRISE

Conversation avec Floriane Jean-Gilles

« FRANCESCA RIBAC A DÉVELOPPÉ UNE MÉTHODE DE CALCUL INÉDITE ET UN OUTIL ASSOCIÉ QUI PERMET À UN CHEF D'ENTREPRISE, DE CONNAÎTRE L'ENSEMBLE DE SES DÉPENSES. L'APPLICATION EST CAPABLE DE RÉPONDRE À LA QUESTION « EST-CE QUE JE PEUX ACHETER UN ORDINATEUR ? », EN TEMPS RÉEL. L'IA S'APPELLE MAGGY ! AVEC ELLE, C'EST AVOIR UN COMITÉ DE DIRECTION DANS LA POCHE. »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster - Photo Jean-Albert Coopmann



Francesca Ribac, créatrice de KairnUp

L'application KairnUp aide les dirigeants de petites entreprises à mieux comprendre leurs données financières. De la facturation électronique au suivi de la trésorerie en temps réel, l'outil traduit les chiffres en langage courant afin de piloter son entreprise. www.kairnup.com

« L'application vise à démocratiser la gestion d'entreprise. On est vraiment centrés sur l'explication. Le chef d'entreprise va retrouver les principaux chiffres qui lui sont nécessaires pour la gestion de son quotidien (marge, trésorerie...). Mais il n'y a aucun tableau de bord ! L'appli présente les chiffres avec leur explication pour que le dirigeant puisse comprendre la situation de son entreprise en autonomie. Dans les grandes structures, il peut s'appuyer sur des spécialistes des sujets financiers et RH pour éclairer ses décisions. Dans une petite entreprise, il porte souvent seul ces sujets, en plus de son activité quotidienne... Comme il peut ! L'objectif de KairnUp est de lui rendre accessibles ces repères de gestion et de redonner leur dimension stratégique à des sujets souvent perçus comme simplement administratifs. Quand j'ai fait l'étude de marché, il y a 2 ans, auprès des chefs d'entreprise, la lourdeur administrative était un sujet qui revenait régulièrement. La plupart sont fatigués. Mais on ne corrige pas le système en faisant l'aveugle face à l'administratif, qui demande du temps et des compétences. Beaucoup de structures ferment par manque de compréhension de la trésorerie et de visibilité sur les chiffres au-delà du montant affiché à la banque. C'est là qu'intervient KairnUp. L'appli répond à 4 questions : où j'en suis de ma trésorerie ? Où passe mon argent ? Est-ce que je peux embaucher aujourd'hui compte tenu du niveau de mes entrées et sorties ? Est-ce que j'ai un risque fiscal ou social ?
J'ai un double diplôme : un master orienté sur l'audit et le management des ressources humaines et un diplôme en contrôle de gestion et systèmes d'information. J'ai travaillé pendant 15 ans dans de grandes entreprises. Quand je suis rentrée en Martinique, mes compétences spécialisées restaient peu accessibles aux petites structures, alors qu'elles leur étaient tout aussi utiles. Ma réflexion était la suivante puisque ce sont des informations essentielles au développement des entreprises, comment fait-on pour que chaque chef d'entreprise, demain, ait le même niveau d'information, la même flexibilité, qu'un dirigeant d'une grande entreprise ? KairnUp est né de cette réflexion. L'application est opérationnelle depuis août 2026, donc on est encore au démarrage. C'est une première version, il y a encore des axes que je souhaite développer. On a mis un an et demi à développer l'outil. J'ai bénéficié d'une subvention de la BPI pour la partie développement. On n'en parle pas souvent mais quand on obtient une subvention, il faut toujours avoir des fonds propres à avancer. L'investissement n'est donc pas uniquement dans la motivation et le parcours, il tient aussi dans notre capacité à financer le projet.
Au départ, j'ai travaillé en binôme avec un développeur-architecte, c'était lui le traducteur informatique du besoin. J'ai ensuite fait appel à 3 agences différentes pour lever les difficultés techniques, on ne se rend pas compte du travail qu'il y a derrière ! La sécurisation des données a été un énorme morceau. Je me suis entourée de partenaires spécialisés et reconnus, à l'échelle européenne. À chaque étape, on a verrouillé. D'ailleurs, avant sa mise sur le marché, KairnUp a été audité de façon à vérifier qu'il était bien conforme. Pourtant un des freins que j'entends souvent c'est : « mais vous allez avoir accès à mes données », alors que pas du tout. Je saurais que l'entreprise est abonnée, mais je n'aurais pas accès aux données qui touchent à sa santé financière. Ces informations restent toujours confidentielles. Mon rôle est d'alimenter l'outil de données contextuelles, qui relèvent de la légalité, liées au contexte géographique des entreprises, donc adaptées aux spécificités ultramarines. Mais c'est quelque chose qui reste difficile à faire entendre. Il y a une grosse difficulté à faire confiance... Et ça, c'est vraiment un frein pour un nouvel outil, qui n'a pas encore fait ses preuves, qui touche à l'innovation et, qui plus est, concerne des données sensibles de l'entreprise. »

DOSCCAR

LE TREMPLIN DE LA COOPÉRATION SCIENTIFIQUE DANS LA CARAÏBE

Conversation avec Mathieu Rached - Photo Jean-Albert Coopmann

« LE PROJET AMBITIONNE DE RENFORCER LA CAPACITÉ DES ACTEURS CARIBÉENS À MOBILISER LEURS CONNAISSANCES SCIENTIFIQUES ET À DÉVELOPPER DES COLLABORATIONS RÉGIONALES. »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster

Cédric Contaret, chercheur en Santé publique au CHU de Martinique, pilote une plateforme unique qui cartographie la recherche scientifique dans la Caraïbe, et donne les clés d'une montée en puissance de la collaboration des chercheurs. www.dosccar.com



Cédric Contaret, chef de projet DOSCCAR

« L'idée de DOSCCAR a émergé pendant mes travaux de thèse en santé publique et recherche clinique, soutenue en 2021, avec une ambition : mieux comprendre les collaborations scientifiques dans la Caraïbe pour contribuer à les renforcer. En m'intéressant à l'impact des CHU antillais en termes de publications scientifiques, je me suis aperçu que la Martinique et la Guadeloupe ont des travaux très intéressants mais sans lien structuré avec l'environnement Caraïbe. Par exemple, nos équipes locales collaborent principalement avec des laboratoires de l'Hexagone sur les arboviroses (dengue, chikungunya et Zika), mais ces collaborations restent peu développées avec nos voisins caribéens, pourtant confrontés aux mêmes enjeux sanitaires. C'est de là qu'est né le projet DOSCCAR (Développement de la coopération

scientifique et de la recherche clinique dans la Caraïbe), avec l'ambition de faire exister ces liens, de nous doter d'un support qui facilite les rapprochements entre chercheurs et entre institutions de la Caraïbe. La première phase du projet, démarrée en janvier 2023 grâce à un financement Interreg Caraïbes, visait à mieux connaître l'écosystème de recherche caribéen à travers l'analyse de la production scientifique d'une vingtaine de pays et territoires. L'objectif était de dresser une véritable carte d'identité de la recherche pour chaque pays et territoire, afin de mieux apprécier son effort de recherche, les thématiques explorées, ses collaborations scientifiques et la visibilité de ses travaux. Après cette première étape descriptive, l'enjeu était de passer à l'action : comment aider les équipes caribéennes à construire des projets de recherche ensemble ?

Chaque pays et territoire possède son propre système de santé, son cadre de protection des droits des patients, sa réglementation et ses modalités de financement de la recherche. Développer les collaborations suppose donc de mieux comprendre ces différences et d'accompagner les chercheurs dans cet environnement. Pour répondre à ces enjeux, DOSCCAR 2 poursuit la cartographie de la recherche et développe des ressources complémentaires : une meilleure connaissance des cadres réglementaires et éthiques, un repérage des structures d'appui aux chercheurs et une veille sur les possibilités de financement. Ces informations ont vocation à être réunies sur la plateforme numérique pour aider les équipes à identifier les partenaires, les interlocuteurs et les moyens nécessaires à leurs projets. Pour que ces ressources se traduisent en collaborations concrètes, DOSCCAR 2 accompagne également les chercheurs dans la construction de leurs projets. Cette année, 22 participants bénéficient ainsi d'un programme associant formation collective et mentorat individualisé. Étudiants en fin de cursus, doctorants ou professionnels déjà engagés dans la recherche, ils portent des projets en cancérologie, en santé mentale, sur la drépanocytose, le vieillissement ou encore les effets du changement climatique sur la santé. »



Jean-Michel Harrow et Rénald Désiré (FIDDEO)



Bruno Sainte-Rose (Sargawatt), Loïc Clérima (Diko kréyol) et Mélody Moutamalle (Limiè Kilti)

CFC Db

LA BASE DE DONNÉES DE L'AUDIOVISUEL CARIBÉEN

Conversation avec Mathieu Rached

« C'EST L'OUTIL DE RÉFÉRENCE POUR SAVOIR COMBIEN DE PROFESSIONNELS EXISTENT DANS LA CARAÏBE POUR FILMER, MONTER, JOUER, MAQUILLER, ÉCRIRE, METTRE EN SCÈNE... »

Xavier Simacourbe, président de Webmonster - Photo Jean-Albert Coopmann

En permettant aux professionnels et aux amateurs de l'audiovisuel de se réunir autour de projets, Georges-Emmanuel Arnaud, entrepreneur tech de la culture, veut créer un effet d'échelle et donner à voir l'étendue des compétences audiovisuelles des Caribéens.
www.cfcdb.org

Je l'ai conçu comme un outil au sens littéral du terme, comme quelque chose qui permet de faire beaucoup mieux et d'aller plus loin. Car en réalité, le numérique, tel que je l'entends, le pense et le vis, ce sont des outils, au même titre qu'un marteau, un coupe-carreau ou une maryse dans une cuisine (sourire). Je suis parti de ma problématique de professionnel de l'image. Dans les grandes villes où j'ai travaillé, à Londres, Paris ou Riyad, j'ai rencontré des Caribéens, Martiniquais, Guadeloupéens, Trinidadiens etc. Issus du même milieu que moi. Aux Antilles, là où je vis, j'ai rarement l'occasion de les rencontrer, faute d'occasion justement. CFC Db est né comme un annuaire pour mieux identifier ces professionnels et amateurs, leurs projets et leurs compétences, et constituer une véritable base de données à partir de laquelle monter des projets. Pour comprendre un territoire, ou n'importe quel sujet, et en avoir une bonne vision, il faut une carte. Par exemple, Parallel 14 a formé près de dix promotions d'étudiants. Nous devrions pouvoir trouver en un seul endroit le parcours, les expériences et les coordonnées de ces diplômés en effets spéciaux. Cela me semble presque un besoin de service public (rire). La base de données audiovisuelle, telle que nous l'avons conçue avec Hubmonster, va servir à tout le monde (je croise les doigts) : à une équipe de production de cinéma qui cherche des comédiens, un spécialiste de la 3D ou une agence de sécurité pour sécuriser un lieu de tournage, à une collectivité qui a besoin d'un vidéaste pour un événement, à un particulier qui souhaite immortaliser un moment important de sa vie. À terme, tous les bureaux d'accueil des tournages de la Caraïbe pourraient utiliser cette base de données, aussi bien pour leurs besoins que pour être identifiés, à l'image de St-Martin et la Guyane à qui nous présentons actuellement les fonctionnalités de l'outil.



Georges-Emmanuel Arnaud, créateur du CFC Db

La plateforme va aussi au-delà de l'annuaire : elle permet de disposer de données factuelles à opposer à certaines critiques et idées reçues récurrentes sur le manque de compétences, de projets ou de création locale. J'ambitionne également d'enrichir l'interface de services de formation en ligne destinés à l'ensemble des inscrits. Au-delà des événements autour du cinéma et de la création, nous avons besoin d'outils pour nous réunir et construire des projets, quelle que soit leur taille, entre personnes passionnées de cinéma, d'image fixe ou animée, de jeu vidéo et de tous les autres domaines de l'audiovisuel. C'est ce que CFC Db entend incarner sur le territoire et dans toute la Caraïbe.

bonfilon
by EW'AG

Vous recherchez un **talent** ?

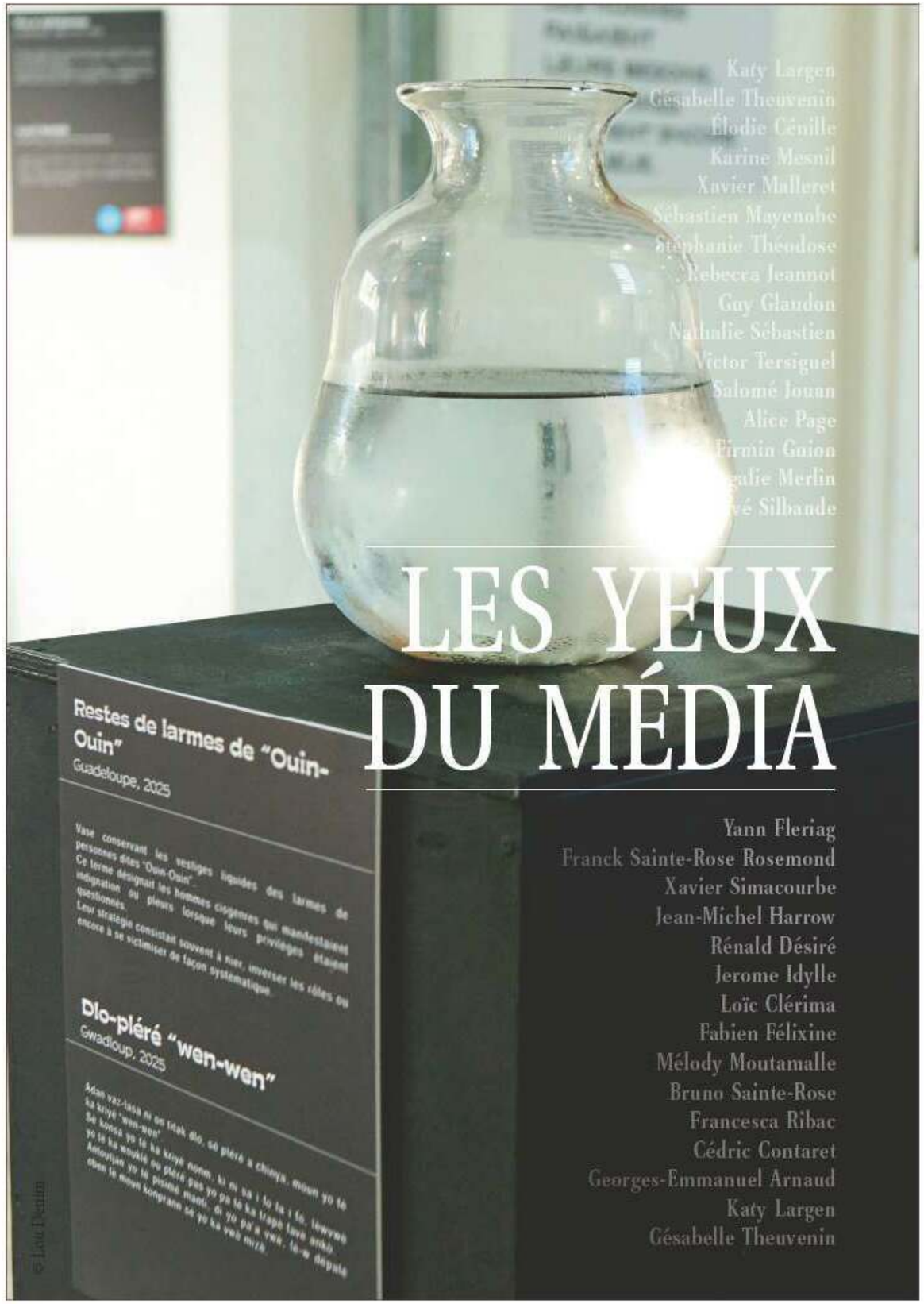
Vous recherchez un **emploi** ?



Trouvez celui ou celle qui partage vos valeurs sur **bonfilon.info**

Inscrivez-vous

ANTILLES-GUYANE
contact@bonfilon.info



LES YEUX DU MÉDIA

Yann Fleriag
Franck Sainte-Rose Rosemond
Xavier Simacourbe
Jean-Michel Harrow
Rénald Désiré
Jerome Idylle
Loïc Clérima
Fabien Félixine
Mélody Moutamalle
Bruno Sainte-Rose
Francesca Ribac
Cédric Contaret
Georges-Emmanuel Arnaud
Katy Largen
Gésabelle Theuvenin

Restes de larmes de «Ouin-Ouin», Musée national du Patriarcat en Guadeloupe



À 18 ANS, IL QUITTE MACOUBA, ABANDONNE L'ENFANCE ET SON BÂTON DE MAJORETTE POUR S'INSTALLER À PARIS OÙ IL ROULE BEAUCOUP TROP LES R POUR UN VOYAGEUR DU RER D. ON EST EN 2016, NOAM SINSEAU EST SEUL, DANS UNE VILLE QUI N'ATTEND RIEN DE LUI, IL VA Y TROUVER SON ESPACE, SA VOIX ET SON PUBLIC. DEUX ANS APRÈS LES PREMIÈRES DATES DE SON SPECTACLE MAKOUMÉ SUPERSTAR*, IL TRUSTE LE FIL INSTAGRAM D'UNE COMMUNAUTÉ GRANDISSANTE, SÉDUITE PAR SES CHRONIQUES *SURVOLTGAY* SUR RADIO NOVA. À QUELQUES SEMAINES DE SES REPRÉSENTATIONS EN MARTINIQUE ET EN GUADELOUPE, NOUS AVONS RENCONTRÉ UN ARTISTE TOUCHANT QUI NE CONNAÎT PAS LE TRAC. ICONIQUE À MÊME PAS 30 ANS.

**chaque jeudi à l'Européen à Paris et en tournée.*

« C'est chiant de mentir »

Propos recueillis par Mathieu Rached - Photo Aubane Nesty

Dans une précédente interview, vous avez dit « j'ai toujours eu de la joie en moi », alors même que tout n'était pas simple et que, enfant puis adolescent, vous dissimuliez votre homosexualité. D'où vient cette joie en vous ?
Je pense que la joie fait toujours partie de moi parce que j'ai grandi dans une famille où il y avait une très bonne ambiance, où on riait beaucoup, ça a beaucoup nourri mon rapport à la joie, à la fête, à la vie. Depuis très jeune, j'ai aussi fait de la danse, de la majorette (ma passion), et ça a contribué au fait que je reste joyeux malgré tout. Ma mère me rappelait tout le temps qu'il fallait garder ce sourire et cette joie de vivre en moi.

Pourtant vous avez passé 10 ans de ma vie à camoufler votre homosexualité ?
Le terme « camoufler » est un peu fort car je ne faisais pas beaucoup d'efforts non plus, j'étais majorette dans ma commune, rappelez-vous. Surtout, mon expression de genre n'a jamais été très hétérosexuelle, j'ai toujours été très efféminé, j'ai toujours été qui je suis aujourd'hui. Mais disons, je crois qu'il y a un contrat, notamment aux Antilles, entre les personnes queers et la population qui est parfois homophobe. Ils vont feindre de croire qu'on n'est pas homosexuel (même s'ils le savent), et nous, on va faire semblant qu'ils croient qu'on n'est pas homosexuel (même si on sait qu'ils le savent).

Il a fallu quand même mentir par instinct de survie ?
En vrai, dans cette situation on a peur de plusieurs manières, pour sa sécurité parfois, peur de causer du tort à sa famille aussi, alors on ment. Mentir et rire, devenir un peu le pote drôle, c'est aussi ce qui m'a permis de passer entre les mailles du filet, de me protéger de contextes trop agressifs. En partant à Paris, je me suis libéré du mensonge, c'est chiant de mentir... Et j'ai continué à faire rire parce que ça faisait partie de moi.

10 ans après vous être installé à Paris, quel est votre rapport à la Martinique ?
Il y a d'abord eu un rapport assez conflictuel en moi, je commençais à gagner en visibilité en tant qu'artiste mais, au début, les Antillais ne se sentaient pas forcément concernés par mon spectacle, mon univers. Et j'ai dû faire ce pas de rappeler au monde que je suis Martiniquais. Aujourd'hui j'essaie d'en parler le plus possible parce que la Martinique, c'est mon pays, c'est mon île. Et en vrai, je suis très très chauvin.

Ça ressemble à quoi les vacances au péyi de Noam Sinseau ?
Je suis toujours là pour le carnaval avec mes amis et je passe aussi beaucoup de temps chez ma mère à Basse-Pointe et avec ma famille. Ce qui est assez nouveau parce que lorsque j'étais petit le fait d'être queer et martiniquais m'empêchait de participer à plein d'événements de la culture, parce que j'avais peur de m'intégrer à ma famille et du rejet qui viendrait quand je ferais mon coming out. Aujourd'hui je n'ai plus ce problème, je suis très à l'aise avec qui je suis, avec la Martinique, sa culture et ma famille.

De 8 à 18 ans, vous « viviez » littéralement pour les répétitions de majorettes. À cette époque, qu'est-ce que vous vous imaginiez faire comme métier ?
Je voulais être journaliste ou avocat. En 3e, j'ai fondé le journal de mon collège à Basse-Pointe, avec une enquête scandaleuse à gros titres pour pouvoir dénoncer la qualité des repas de la cantine. Mais, au fond de moi, j'ai toujours eu ce rêve d'être une star *(rires)*. Non pas pour être connu ou pour les paillettes mais je voulais être une star parce que je voyais Shym, Lady Gaga, Jocelyne Béroard, Princess Lover, comme des femmes

qui avaient une liberté folle. Elles pouvaient être qui elles voulaient et être aimées. Et du coup, depuis très très jeune, je voulais faire ça.

De qui aviez-vous le poster dans votre chambre ?
J'avais des posters de Tokyo Hotel dans ma chambre, mais juste parce que c'était la mode d'avoir des posters de Tokyo Hotel. En vrai, je n'avais pas de modèle, parce que je ne trouvais pas de gens qui pouvaient me représenter. Il n'y avait pas d'icônes queers, encore moins d'icônes queers noires. Mais j'avais un modèle en arrivant au lycée qui m'a vraiment permis de garder le cap, c'est Steven Jean-Yves Zamor. Il était une personne si flamboyante, qui ne s'excusait pas de qui il était, qui marchait en talons... Je trouvais ça fou d'être aussi bien dans sa peau, d'être aussi confiant. Le rencontrer via les réseaux, le voir, ça m'a beaucoup, beaucoup, beaucoup aidé. Il est devenu un mentor pour moi.

Vous l'avez rencontré ?
Oui, j'ai passé un casting d'abord en Martinique puis à Paris avec l'idée de le rencontrer. On a pris un café et je lui avais même demandé de pouvoir enregistrer la conversation, il m'a donné plein de conseils, plein de force. Et depuis, on est très potes. Je l'appelle maman quand je le croise, c'est ma mère *(rires)*.

En arrivant à Paris, vous avez aussi découvert le froid, la liberté, et votre accent...
(Sourire) Ma première année à Paris, c'était une violence silencieuse parce qu'à chaque fois que je prenais la parole, on me faisait directement des remarques par rapport à mon accent. À tel point qu'un de mes professeurs m'avait dit que je n'aurai jamais de bonnes notes à son cours tant que j'aurai un accent ! J'ai été traumatisé, je faisais des efforts, des exercices d'élocution le soir et finalement, ma voix a changé, c'est vrai.

Vous le regrettez ?
Si c'était à refaire, je n'aurais pas travaillé de la sorte pour perdre mon accent, oui. Même si je défends l'idée qu'un accent ne va pas définir ou valider mon identité martiniquaise.

Vous referiez d'autres choses différemment ?
En partant de Martinique, à 18 ans, j'ai été dur et distant avec les membres de ma famille. Par protection, je les ai rangés moi-même dans la catégorie homophobes, et j'attendais qu'ils reviennent vers moi pour tisser des liens et me prouver qu'ils ne l'étaient pas. C'était sans doute un passage obligé, mais si je pouvais refaire, j'aurais été moins dur avec mes proches et j'aurais fait plus attention à ceux qui m'aiment vraiment.

En août 2024, vos vacances au péyi prennent une tournure nouvelle puisque vous jouez votre spectacle pour la première fois en Martinique, dans un pitt à coq...
(Rires) Mon spectacle était encore en rodage à Paris et en arrivant en Martinique, j'ai commencé à recevoir de nombreux messages de personnes qui s'attendaient à ce que je le joue ici. Alors, j'ai organisé une date dans un pitt à coq (dans le quartier de Four-à-chaux) parce que je trouvais intéressant l'idée de renverser la charge très virile de ce lieu. Un ami a mis une enceinte, j'avais un micro, il n'y avait pas de lumière, mais c'était une expérience assez folle, parce que c'était la première fois que je jouais en Martinique devant un public martiniquais, et parce que ça signifiait beaucoup de choses en termes de symboles, qu'une personne queer joue dans un lieu aussi peu accessible aux personnes queers.

Deuxième date fondatrice : le 19 décembre 2025...
Je ne stresse jamais avant une représentation, mais ce soir-là, alors que je m'apprêtais à monter sur la scène du Grand Carbet, j'ai eu besoin de courir dehors pour arriver à respirer. 1er vrai spectacle en Martinique, 900 personnes, mon papa et ma maman dans la salle, plein de gens de ma famille « qui ne m'avaient jamais vu pédé » *(rires)*. C'était un soir chargé d'émotions pour le Martiniquais que je suis.

Une soirée très importante aussi pour vos parents.
Mon père était très fier et ma mère aussi. Même si elle était venue au pitt à coq, ce soir-là, elle voyait vraiment le résultat de son fils qui réussit dans ce qu'il aime.

Pour en arriver là, une rencontre a-t-elle tout changé dans votre vie ?
Oui, quand je découvre la communauté du voguing deux ans après être arrivé à Paris. À ce moment-là, je rentre dans une sphère remplie de personnes queers, dont 50 % sont antillais. On a des parcours similaires, on est heureux, on célèbre, on danse, et ça change tout dans ma vie, je crée des vraies relations, des vraies amitiés. Avec cette vie sociale, je commence à prendre confiance en tant que gay et noir. Je comprends que ce n'est pas aux gens de décider si en étant gay, tu peux aussi être noir ou pas. Je suis noir, j'ai une histoire, j'ai un parcours et je dois être fier de tout ça. À ce moment de ma vie, c'est une vraie prise de confiance en soi qui s'opère.

Tout ça, en parallèle de la fin de vos études et de votre premier travail comme comptable, n'est-ce pas ?
Oui ! Ça n'a duré qu'un an. Tous mes collègues m'adoraient, mais c'est là où j'ai compris qu'il fallait que je devienne artiste.

Aujourd'hui, en étant programmé le lundi sur radio Nova, chaque jeudi sur la scène à l'Européen, en tournée aux Antilles en décembre, pensez-vous être en train de devenir un modèle ?
En vrai j'ai beaucoup de retours de personnes qui me témoignent de leur gratitude, qui me disent que mon parcours a pu aider un tel ou un tel dans sa vie, dans son acceptation de son identité, etc.

Ça compte pour vous cette dimension ?
Oui, ça compte parce que je n'ai pas envie que des jeunes revivent ce que j'ai pu vivre, le silence, le mal-être. J'ai envie d'être un modèle de personnalité queer antillaise qui est fière et qui réussit, afin que des jeunes puissent se dire qu'eux aussi, queer ou pas queer, ont le droit à l'amour, la joie et la réussite.

Dans 5 ans, vous aurez 33 ans, vous serez où ?
Dans 5 ans, j'espère être un artiste encore plus accompli, avec plus de moyens, plus d'audience, plus de liberté, pour pouvoir donner un message qui me ressemble davantage, et parler de plein d'autres sujets, dans les zéniths, au cinéma. Et mon école primaire Terre Patate de Basse-Pointe aura aussi été rebaptisée école Noam Sinseau, *of course*.



Le spectacle apparaît comme très libre, survitaminé et jubilatoire, jusque dans son titre volontairement provocateur Makoumé Superstar. Vous avez hésité à l'appeler ainsi ou c'était l'évidence ?
Il y a quelque chose de très fort dans le retournement de l'insulte que représente makoumé qui a évidemment marqué mon adolescence. Au moment où j'écrivais le spectacle, je me passionnais pour Aimé Césaire, ce que représentent son parcours et sa vision. Sans être un grand lecteur de ses écrits, ce qu'il incarnait et assumait a beaucoup contribué à ma réflexion. Aimé Césaire représente pour moi un homme noir qui ne s'excuse pas d'être cet homme noir, et qui va prouver que nous les noirs avons le droit de vivre et d'exceller. Moi je suis pareil, je suis gay, noir et je ne m'excuse jamais.

IL A DIT

« La démocratisation de l'accès des jeunes à l'entrepreneuriat [...] est un enjeu politique d'émancipation, d'insertion et de confiance dans l'avenir pour toute une génération. [...] Il est temps de mettre ce puissant levier d'enthousiasme et d'espérance qu'est l'entrepreneuriat parmi les priorités d'une vraie politique de la jeunesse. »

Jérôme Trinelle, directeur régional de l'Adie aux Antilles-Guyane (association qui finance et accompagne les entrepreneurs n'ayant pas accès au crédit bancaire classique)

GUADELOUPE

11

C'EST LE NOMBRE DE FEMMES ENGAGÉES DANS LA ROUTE DU RHUM – DESTINATION GUADELOUPE 2026 : UN RECORD DEPUIS LA CRÉATION DE LA COURSE EN 1978.



© Florence Piot/Adobe stock

MARTINIQUE

NELSON, UNE VOIX À SUIVRE

Faire résonner le chant lyrique sur la scène de *The Voice Kids* : c'est le pari réussi de Nelson Charles, 15 ans. Le jeune Martiniquais a remporté en octobre le concours de chant de TF1 destiné aux jeunes talents. À l'occasion de son portrait dans l'émission *Sept à Huit*, il raconte sa passion pour le chant lyrique. Repéré par le contre-ténor martiniquais Fabrice di Falco, Nelson avait déjà atteint la finale de Prodiges et remporté le prix « Jeune talent » du concours Voix des Outre-mer. Son rêve : mêler opéra et R&B pour faire découvrir le lyrique à un public plus large.



© Lucile Pellerin

MARTINIQUE

UN CHEF ÉTOILÉ À BORD

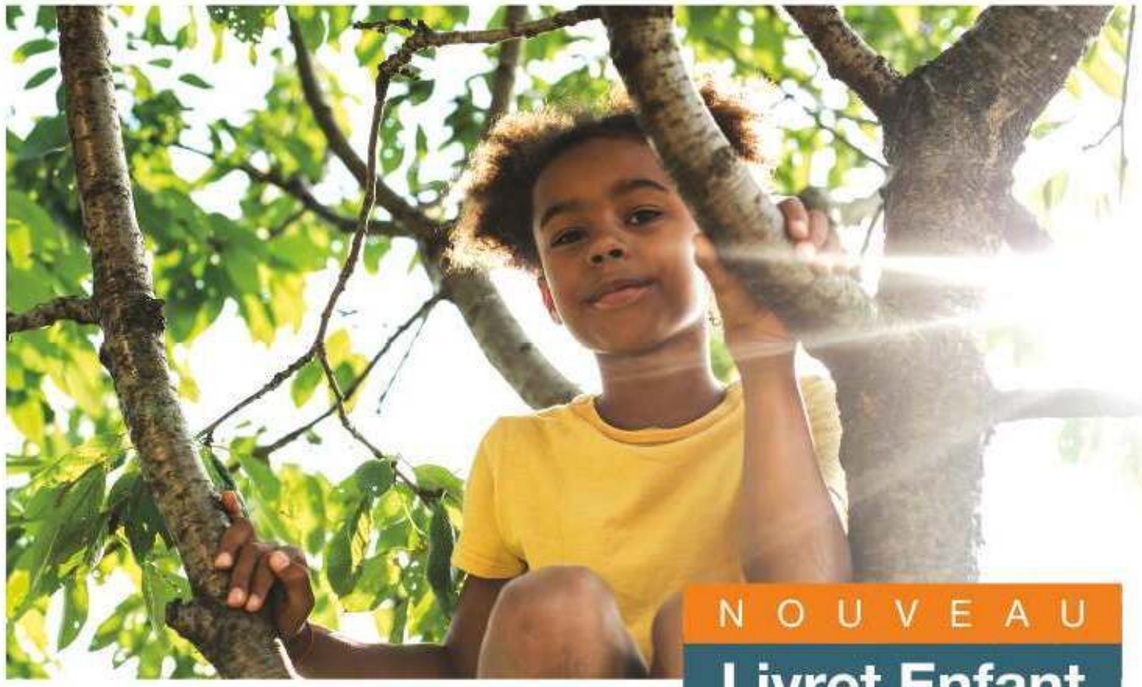
Un pot-au-feu de poissons et de crustacés, sauce curry madras et légumes au gingembre... Depuis le 1er novembre, les passagers de la classe Business de la compagnie aérienne Air France peuvent découvrir les créations culinaires du chef martiniquais Louis-Philippe Vigilant. À la tête du Relais Bernard Loiseau, restaurant doublement étoilé en Bourgogne, il a imaginé douze plats qui seront progressivement proposés au fil des prochains mois. Ses recettes sont servies sur les vols long-courriers au départ de Pointe-à-Pitre, Fort-de-France, Saint-Martin et Cayenne vers Paris-Charles-de-Gaulle, ainsi que sur certaines liaisons régionales dans la Caraïbe.

LA RÉUNION

LES TALENTS PÉI EN LIGNE

Chanteurs, musiciens, conteurs, artistes de cirque, techniciens du son... À la Réunion, une nouvelle plateforme entend donner plus de visibilité aux talents du monde culturel. Baptisé Zartis.re, cet annuaire réunit artistes, prestataires de l'événementiel et lieux de diffusion, pour faciliter les rencontres et les projets professionnels.

Les rêves de demain commencent avec l'épargne d'aujourd'hui.



Crédit photo : Shutterstock

Jusqu'à 60 € offerts
pour son ouverture, la mise en place d'un versement programmé et l'ouverture simultanée d'un Livret Bleu(3).

NOUVEAU
Livret Enfant
5,45 % brut(1)
Disponible de 0 à 11 ans(2) jusqu'à 1 600 €, cumulable avec d'autres livrets d'épargne.

Crédit Mutuel

(1) Taux nominal annuel brut au 01/08/2026, susceptible de modifications. Les intérêts sont soumis à l'impôt sur le revenu et aux prélèvements sociaux selon la réglementation fiscale applicable. (2) Souscription possible jusqu'au 10 ans et 10 mois de l'enfant. (3) Offres valables pour les souscriptions réalisées avant le 31/12/2026 auprès d'une Caisse de Crédit Mutuel dans les conditions suivantes :
• Vous souscrivez un premier livret d'épargne bancaire au nom de l'enfant mineur (tel que Livret Enfant, Livret VIP Junior, Livret Jeune et Livret Bleu) : 20 euros versés sur le livret au moment de son ouverture ;
• Vous souscrivez en même temps deux livrets d'épargne bancaire au nom de l'enfant mineur parmi la liste ci-dessus et l'un d'entre eux est un Livret Bleu : 20 euros versés à la fois sur le Livret Bleu et sur le second livret au moment de leur ouverture (soit 40 euros au total) ;
• Au moment de la souscription du premier livret au nom de l'enfant mineur, vous demandez la mise en place d'un versement programmé sur ce dernier : 20 euros versés sur ce premier livret au moment de son ouverture, cette offre étant cumulable avec l'une des deux offres indiquées ci-dessus.
Le Livret Bleu ainsi que le Livret Jeune sont des produits d'épargne réglementés, non imposables et soumis à une obligation de mono détention. Les livrets Enfant et VIP Junior sont des livrets fiscalisés mais dont la détention est limitée à un seul produit par titulaire. Voir conditions en Caisse.

Caisse Fédérale de Crédit Mutuel – RCS Strasbourg B 588 505 354.



© Adobe stock

GUADELOUPE

EAU : UN ESPOIR DE JUSTICE

La mobilisation des habitants face à la crise de l'eau en Guadeloupe franchit une nouvelle étape. Le dossier de recours citoyen « La Goutte d'eau » a été confié au pôle de santé publique du tribunal judiciaire de Paris, spécialisé dans les affaires de santé et d'environnement. Selon l'avocat du collectif, Me Emmanuel Daoud, ce transfert devrait permettre de mobiliser des moyens d'enquête à la hauteur des enjeux. Lancée en 2023, cette démarche vise à faire la lumière sur les coupures d'eau et les pollutions, notamment au chlordécone. Elle rassemble plus de 230 plaignants aux côtés des associations Kimbé Rèd FWI, de la Ligue des droits de l'Homme et de Notre Affaire à Tous. Une enquête contre X pour mise en danger d'autrui porte sur la gestion et la distribution de l'eau entre 2017 et 2024. Les personnes concernées par la crise de l'eau peuvent se constituer partie civile afin de demander réparation de leurs préjudices.

MAYOTTE

L'INNOVATION AU CHEVET DES PATIENTS

Comment les idées des entrepreneurs mahorais peuvent-elles répondre aux besoins de l'hôpital ? C'est l'ambition du centre hospitalier de Mayotte et de l'association Mayotte Technopole, qui ont signé, fin octobre, une charte de partenariat. Objectif : rapprocher les équipes soignantes des startups locales pour imaginer des solutions adaptées aux réalités du territoire. Faciliter l'accès aux soins, améliorer le parcours des patients et soutenir les professionnels dans leur quotidien figurent parmi les pistes de travail.



© Adobe stock



GUADELOUPE

PLONGÉE EN IMAGES

Avec Anba Dlo (sous l'eau en créole), quatre photographes invitent à découvrir la beauté et la fragilité des fonds marins guadeloupéens. Née à l'occasion de la Route du Rhum, l'exposition réunit les images de Jérôme « GGPiks » Nadessin, Claire Jeuffroy, Christophe Foucault et Antoine Mæstracci. Portée par le Cluster maritime de Guadeloupe et EWAG, elle a été inaugurée le 6 novembre à l'aéroport Guadeloupe-Maryse Condé, où elle est visible jusqu'à fin décembre, avant de voyager dans l'archipel.

FONDATION CLÉMENT × Centre Pompidou

PARIS NOIR

TRAVERSÉES, DÉTOURS, RETOURS

EXPOSITION
12.12.2026 – 14.03.2027

Habitation Clément, Le François, Martinique
www.fondation-clement.org

Mbarek Bouhchichi, *Paulette Nardal*, 2025, technique mixte sur caoutchouc. Galerie Dagoma-Harty, Paris

conception graphique : Atelier Bastien Marin

LE PATRIARCAT, UNE HISTOIRE ANCIENNE ?

EN 2135, LE PATRIARCAT APPARTIENT AU PASSÉ. C'EST LE PARI DU MUSÉE NATIONAL DU PATRIARCAT EN GUADELOUPE : EXPOSER LES INÉGALITÉS ET LES VIOLENCES D'AUJOURD'HUI COMME LES VESTIGES D'UNE ÉPOQUE RÉVOLUE. UNE INVITATION À RÉFLÉCHIR, MAIS AUSSI À ESPÉRER.

Texte Sarah Balay - Photos Lou Denim



Clémence Botino, Miss France 2020 et marraine de l'événement

« La boîte de mouchoirs est l'objet symbolique qui a fait le plus réagir les lycéens, confie Gwendoline Peltier, responsable de la communication au sein de l'association En avant toute(s). Il fait d'ailleurs partie des éléments du musée que nous avons apportés dans les classes lors de nos interventions. »

À quoi fait-elle référence au juste ? Le cartel*, traduit en créole, comme tous les autres, est plutôt explicite : à l'époque, la norme sociale imposait que seuls « les vrais hommes ne pleuraient pas. » Si tout est raconté au passé, c'est tout simplement parce que nous ne sommes pas en 2026, mais en 2135... Et nous voici dans le Musée national du Patriarcat (MNP), déployé en Guadeloupe du 10 au 24 octobre dans la galerie L'art s'en mêle, au Gosier. Ici, sont exposées les reliques du passé : objets du quotidien, coutumes étranges, archives de phénomènes sociaux aujourd'hui disparus. Le patriarcat est derrière nous ! Cette organisation sociale dans laquelle l'homme monopolise le pouvoir et dicte les règles n'existe plus.

Volontiers drôle et décalée, cette exposition, d'abord virtuelle, a été imaginée, à Paris, par l'association féministe En avant toute(s) et l'agence de communication Artefact 3000 dans le cadre du concours Futurs désirables 2023. « Le concept a tellement plu que nous avons décidé de le matérialiser », poursuit Gwendoline. Les deux premières éditions parisiennes ont encouragé les équipes à faire voyager l'exposition. Premières étapes hors de la capitale : la Martinique en mars 2026, puis la Guadeloupe et Saint-Barthélemy en octobre et novembre. Pourquoi les Antilles en avant-poste ? « Cela fait plusieurs années que la direction de l'association travaille avec les territoires ultramarins, précise la responsable de la communication. Il y a eu plusieurs déplacements et des rencontres avec des associations locales pour faire un état des lieux sur les violences sexistes et sexuelles et sur les dispositifs présents. Le constat est assez préoccupant, puisque les associations manquent globalement de moyens, sont isolées et ont du mal à toucher la jeunesse. Aux Antilles, par exemple, les problématiques d'insularité et d'interconnaissance (peur d'être reconnue en cas de témoignage) pèsent lourdement dans la balance. »

Prévenir les violences, soutenir les victimes

L'association En avant Toute(s) est un collectif féministe de terrain qui soutient les personnes victimes de violences, plus particulièrement les jeunes et les personnes de la communauté LGBTQA+. Née à Paris en 2013, elle regroupe une trentaine de salariés autour de deux axes d'action : l'accompagnement par des professionnels du secteur psychosocial, via la plateforme en ligne, commentonsaime.fr, anonyme et gratuite, qui propose des échanges par tchat et en visio (de 10 heures à minuit heure de Paris) ; la sensibilisation et la prévention dans les établissements scolaires et les universités. En avant toute(s) coordonne également le site Premieresfois.fr, destiné aux jeunes de 10 à 14 ans, ainsi que la ligne d'écoute 3040 dédiée aux étudiants et étudiantes.

« Un premier pas »

L'exposition a donc fait l'objet d'un travail d'adaptation aux réalités locales. « Pour la Guadeloupe, nous avons tissé des liens et échangé pendant plusieurs mois avec des associations, des artistes et des personnalités, comme Clémence Botino, Miss France 2020 et marraine de l'événement, poursuit Gwendoline. Le but était de viser juste et d'interpeller la population. Au total, une quinzaine d'œuvres exposées ont été spécifiquement conçues pour cette exposition et chaque cartel a été traduit en créole. » Une mission confiée à la poétesse Dory Céleste.

On y retrouve par exemple une référence au BUMIDOM, pour interroger les institutions sur le destin des femmes caribéennes ; un rappel de la lutte des lycéennes de Baimbridge et de Jardin d'Essai aux Abymes, après la diffusion d'un classement sexiste réalisé par des camarades de classe ; des produits de défrisage, témoins de la pression exercée sur les femmes dont les cheveux



Boîte de mouchoirs, Musée national du Patriarcat en Guadeloupe



La roue des privilèges, Musée national du Patriarcat en Guadeloupe



Membres de l'association En avant Toute(s)



Tour de Kapla, Musée national du Patriarcat en Guadeloupe

naturels sont jugés « négligés » ; ou encore le portrait de Marthe-Rose, figure de la résistance au rétablissement de l'esclavage en Guadeloupe en 1802, compagne de Louis Delgrès et pourtant conservé dans l'ombre. La sensibilisation se joue aussi dans les échanges. Cinq classes de lycéens ont pu découvrir le musée, tandis qu'une autre équipe est intervenue directement dans les établissements. Au programme également : une table ronde sur la communauté Queer en Guadeloupe et une projection avec l'association Liquide Chocolat qui lutte contre l'endométriose.

« L'objectif du musée est de susciter la réflexion et d'encourager les questionnements autour du patriarcat et de ses conséquences, notamment chez les plus jeunes, confie Gwendoline. Nous sommes conscients que nous n'allons pas tout changer en faisant une seule sensibilisation. Mais c'est un premier pas. Les professeurs des élèves que nous avons rencontrés vont poursuivre le travail et approfondir certaines questions. » Face aux récits de violences qui font son quotidien, l'association défend ainsi une autre façon de résister : faire rire, ouvrir la discussion et donner l'envie d'agir ensemble pour que ce futur imagé finisse par devenir le présent.

** Cartel : plaque descriptive placée à côté d'une œuvre exposée*



TROUVER DU SENS AVEC L'EMPLOI ASSOCIATIF

SELON L'ENQUÊTE *GREAT INSIGHTS 2026* RÉALISÉE PAR *GREAT PLACE TO WORK*, 28 % DES SALARIÉS SERAIENT PRÊTS À QUITTER LEUR BOÎTE EN RAISON D'UNE PERTE DE SENS. CE PHÉNOMÈNE, C'EST LE BROWN-OUT, LA DÉMOTIVATION RESSENTIE PAR LES EMPLOYÉS, LIÉE À UN MANQUE DE SENS AU TRAVAIL. SE SENTIR UTILE, CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOCIALE, TRAVAILLER POUR UNE ORGANISATION À IMPACT, TROUVER UN EMPLOI EN COHÉRENCE AVEC SES CONVICTIONS ET VALEURS, SERAIENT AUTANT DE MOYENS DE SE RÉENGAGER. ET SI L'EMPLOI ASSOCIATIF ÉTAIT UNE RÉPONSE À CETTE RECHERCHE DE SENS ?

Texte Axelle Dorville, rédactrice chez bonfilon.info

L'emploi associatif aux Antilles-Guyane

En 2025, entre **9000** et **10000** associations sont actives en Guadeloupe et Martinique, et de **5000** à **5500** en Guyane. Un peu moins de **10 %** d'entre elles sont employeuses : **870** associations en Guadeloupe, **850** en Martinique et **450** en Guyane. L'emploi associatif aux Antilles-Guyane représenterait tout de même près de **26000** salariés, majoritairement employés dans le secteur de l'action sociale. L'emploi associatif, c'est **12,9%** des effectifs de l'emploi privé en Martinique, **11,9%** en Guyane et **11,7%** en Guadeloupe.

Quelles sont les activités les plus employeuses ?

En Guadeloupe
- L'aide à domicile
- Les autres actions sociales sans hébergement
- L'accueil de jeunes enfants

En Guyane
- Les autres actions sociales sans hébergement
- L'hébergement médicalisé
- L'accueil de jeunes enfants

En Martinique
- L'aide à domicile
- Les autres actions sociales sans hébergement
- L'hébergement médicalisé

Sources :
Guid'Asso. L'essentiel de la vie associative de la Guadeloupe, novembre 2025, Guid'Asso. L'essentiel de la vie associative de la Guyane, novembre 2025, Guid'Asso. L'essentiel de la vie associative de la Martinique, novembre 2025, Injep. Associations en région, Repères et chiffres clés 2025.



3 questions à



ÉLÉONORE LORDINOT, CHARGÉE DE PROJET AU SEIN DE L'ASSOCIATION KARIB HORIZON

Pourquoi as-tu choisi le milieu associatif ?
Ce qui m'a attiré dans le milieu associatif est qu'il s'agit autant d'un travail citoyen que d'un travail professionnel. Chez Karib Horizon, je suis ainsi chargée de la mise en œuvre d'un programme visant à renforcer l'éducation à la citoyenneté par une approche locale des Objectifs du développement durable.

Travailler en association, c'est un emploi comme un autre ?
Je ne le pense pas et c'est pour cela que j'ai consciemment choisi ce milieu. Personnellement, travailler dans l'associatif permet d'œuvrer pour l'intérêt général plutôt que dans une culture d'entreprise guidée par le profit et manquant parfois d'humanisme. J'apprécie également l'organisation à petite échelle : je fais partie d'une petite équipe et je dispose de beaucoup de flexibilité dans mes missions car ce sont les résultats qui priment. Mon entourage a beaucoup insisté sur le fait que je pourrais gagner davantage ailleurs mais quand on réfléchit au-delà du salaire, ce type d'expérience apporte d'autres avantages qui comptent tout autant. À titre personnel, je trouve de la satisfaction dans le fait d'avoir de l'impact au niveau local. Aussi, cela fait près d'un an que je suis rentrée en Guadeloupe et je constate que l'expérience associative me permet de gagner en réseau, à travers tous les interlocuteurs que je rencontre. Si mon expérience actuelle touchait à sa fin, je pourrais donc plus facilement rebondir.

Que dirais-tu à des jeunes à la recherche d'opportunités ?
La première chose : réfléchir aux avantages liés à la qualité de vie et aux conditions de travail qui nous conviennent. En d'autres termes, à ce que ça coûte d'avoir un emploi qui permet de gagner plus mais qui offre des conditions de travail beaucoup plus rigides. Penser à la qualité autant qu'à la quantité. La deuxième chose que je dirais, c'est de ne pas hésiter à effectuer plusieurs stages pendant sa formation, à choisir l'alternance ou à tester un service civique en association pendant ses études. C'est, selon moi, une très bonne façon de trouver des opportunités après les études et de s'assurer une insertion durable au sein du territoire. Beaucoup de jeunes de mon entourage cherchent du travail et je les renvoie systématiquement vers le milieu associatif. Je trouve que c'est le meilleur moyen de s'assurer d'avoir un impact sur le territoire ; ce que l'on recherche, souvent, quand on rentre au pays.

RETROUVEZ PLUS DE CONTENUS SUR L'EMPLOI SUR BONFILON.INFO

UN TOIT AU PIED DE L'HÔPITAL

Pari gagné pour ESA Caraïbes ! Grâce aux dons de particuliers et de partenaires, l'association a réuni dans les temps les 100 000 € d'apport nécessaire à l'achat de cette grande maison. Sise à proximité de l'hôpital, elle va devenir un lieu clé pour les familles des enfants et adolescents opérés au sein des services de neurochirurgie, chirurgie pédiatrique et de cardiologie pédiatrique, centre de référence régional. Une fois réhabilitée (fin 2027), les jeunes patients originaires de communes éloignées de la MFME*, et ceux voyageant depuis la Guadeloupe, la Guyane, la Dominique ou d'autres pays de l'OECS pourront être hébergés dans l'une des 14 chambres, avant et après l'intervention. Un toit et quatre murs qui changent tout dans le parcours de soin des familles de tous jeunes patients atteints de pathologies lourdes. M.R.

**Maison de la femme, de la mère et de l'enfant*

©Jean-Albert Coopmann









Les panneaux publicitaires des salles de sport qui fleurissent sur le bord des routes témoignent de la féroce concurrence des enseignes spécialisées

FITNESS, BOULOT, DODO

QUI RÉSISTE ENCORE AUX 4 X 3 LE LONG DES ROUTES QUI PROMETTENT D'EFFACER LES KILOS SUPERFLUS ? LE FITNESS PROGRESSE ICI COMME DANS L'HEXAGONE ET LE MARCHÉ EST LOIN D'ÊTRE SATURÉ.

Texte Alix Delmas - Photo Jean-Albert Cooprmann

Le fitness a le vent en poupe. Est-ce un sport comme un autre ? David Fonclaud, président de l'association SAFIDAT (santé fitness danse & tourisme)* : Attention, le fitness, c'est de l'exercice physique, ce n'est pas un sport en tant que tel. Les clubs de fitness sont des entreprises dont l'objectif mercantile est la fidélisation des clients contrairement aux fédérations sportives organisées dans le secteur associatif qui sont sous l'égide du ministère de la Jeunesse et des Sports. D'ailleurs, il faut savoir que jusqu'en 2006, les centres de remise en forme étaient inscrits dans la convention collective nationale des espaces de loisirs, d'attractions et culturels ! On constate cependant, depuis une trentaine d'années, une diminution du nombre de licenciés dans les fédérations sportives au profit des activités de remise en forme en club. Les personnes sont aujourd'hui plus enclines à pratiquer des activités pour leur santé et leur bien-être plutôt que de faire de la compétition où seuls les meilleurs gagnent.

Quelles sont les motivations de ceux qui s'inscrivent à la salle ?
Ce que l'on cherche dans un club, c'est un accompagnement. Nos cours d'EPS en France ne nous apprennent pas à nous entraîner contrairement à la culture anglo-saxonne où l'on apprend les squats, à tirer à la corde, etc. Si dans les années 90, les centres de remise en forme comptaient plutôt des CSP + et presque pas de jeunes, la motivation première était celle de maigrir. Aujourd'hui la majorité des salles sont des clubs dits low-cost en libre-service sans accompagnement. Ce qui ressort chez les jeunes c'est le fait de gagner en assurance, la préoccupation esthétique prime. Pour les adultes, la motivation première demeure la santé, les trentenaires ont notamment compris que la sédentarité les tue.

Quelles sont les activités les plus plébiscitées ?
Cela reste l'activité de haute intensité notamment avec l'essor des compétitions Hyrox mais aussi le Crossfit ces quinze dernières années. Les activités autour du Wellness se développent également avec le Pilate et le Yoga. Il existe à l'heure actuelle un engouement réel pour le Pilate Reformer.

6,2 millions de Français sont abonnés à une salle de sport. Il y en a plus de 5 500 salles dans l'hexagone et le marché est loin d'être saturé, il est même en pleine croissance. La Guadeloupe et la Martinique connaissent-elles ce même engouement ?
Le fitness existe depuis plus de 40 ans aux Antilles et cela a commencé par des pionniers comme la famille Nubret en Guadeloupe. Oui, de nouvelles salles sont sorties de terre après le confinement avec un dynamisme plus marqué en Martinique et l'apparition de nouvelles franchises contrairement à la Guadeloupe qui n'en connaît que deux, On Air et Fitness Park. En préparant le congrès, nous avons recensé en Martinique environ 29 établissements, clubs de fitness, centre de remise en forme, Crossfit compris contre une quinzaine à la Guadeloupe. Une tendance inverse à celle des années 90 où la Guadeloupe comptait beaucoup plus de clubs que la Martinique.

Où en est la croissance du secteur aux Antilles-Guyane ?
C'était tout l'enjeu du congrès que nous avons organisé à l'Institut martiniquais du sport : créer un espace de discussion B2B, offrir l'opportunité aux dirigeants de salles de réfléchir collectivement à l'explosion du fitness dans nos régions et accompagner ce changement d'échelle. L'engouement pour le fitness se fait aussi grâce aux réseaux sociaux avec des influenceurs comme Tibo in Shape ou Sissy Mua. Mais là encore, attention, le métier de coach en tant que tel n'existe pas. Un jeune passionné de musculation ne saura pas nécessairement s'occuper d'un homme ou d'une femme sédentaire qui ne s'est jamais entraîné et qui n'a pas de schéma corporel. Le BPJEPS-AP (2) existe mais, concernant les coaches, il y a un no man's land des diplômes. Il faut être vigilant et veiller à nos fondamentaux, le sport santé.

Ne craignez-vous pas qu'il s'agisse d'une bulle et que l'engouement passe ?
Au contraire, je le vois comme un secteur qui peut être structurant pour nos territoires. Nous aurons de plus en plus besoin d'éducateurs sportifs bien formés, car le secteur de la santé a besoin du fitness avec le vieillissement de la population. Une autre perspective, encore trop peu exploitée à mon sens, est celle d'un tourisme axé sur le bien-être et la santé à l'image du numéro un mondial, l'hôtel Equinox devenu aujourd'hui une référence incontournable.

**organisateur du 1er congrès fitness challenges caraïbes (Nov 2025)*
(1) Source l'Express : Le marché des salles de sport affiche une forme olympique en 2025 – publié le 5 nov. 2025
(2) Brevet professionnel de la jeunesse, de l'éducation populaire et de Sport – Activités de la Forme

Bio express

David Fonclaud est enseignant STAPS à l'université Paris XII en DEUST Métiers de la forme. Il est associé fondateur du cabinet de conseil Fitness Business Développement spécialisé en acquisition, vente et conseil dans le secteur de la remise en forme. Il préside l'association martiniquaise SAFIDAT (Santé fitness danse & tourisme) créée en 2023 qui a organisé le Congrès Fitness Challenges Caraïbes les 7 et 8 novembre 2025 à l'Institut martiniquais du Sport. Il a également été l'un des organisateurs des championnats du monde de fitness à la Martinique en 2009 et 2015.

« Le nombre de licenciés dans les fédérations sportives diminue au profit des activités de remise en forme en club »

Comment l'IA peut-elle aider les personnes diabétiques ?

LUDIVINE LASSERRE

Texte Sarah Balay - Photo Jean-Albert Coopmann

Quel est l'intitulé de votre thèse ?
Ma thèse s'intitule « Apprentissage par renforcement profond pour l'optimisation du contrôle de la glycémie chez les patients diabétiques de type 1 ». Elle est dirigée par le professeur Andrei Doncescu, de l'université des Antilles, et le professeur Jacques Demongeot, de l'université Grenoble Alpes.



Quand allez-vous soutenir ?
Ma soutenance est prévue fin 2027, à l'université des Antilles, sur le pôle Guadeloupe.

Si vous deviez résumer vos travaux en une seule phrase ?
J'apprends à une intelligence artificielle (IA) à anticiper l'évolution du taux de sucre dans le sang et à mieux adapter les doses d'insuline.

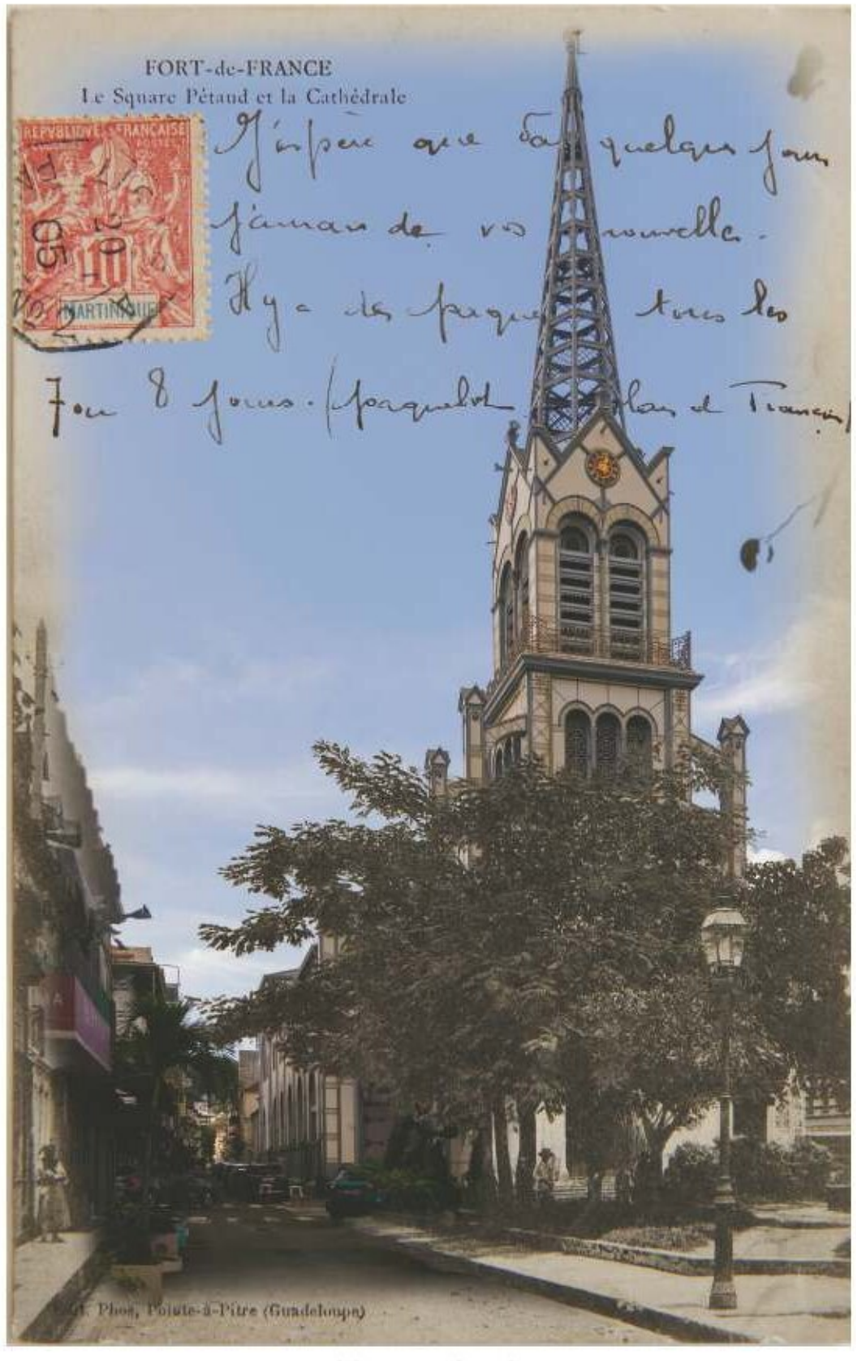
Quelles sont les applications concrètes de votre étude ?
Mon étude s'articule autour de trois axes, qui correspondent à trois applications. Le premier est le développement d'un simulateur de glycémie plus réaliste pour le diabète de type 1*, intégrant des hormones contre-régulatrices absentes des simulateurs actuels. Leur ajout permet de reproduire un certain nombre de phénomènes, comme le phénomène de l'aube (hausse de la glycémie au petit matin) ou l'effet du stress, et offre un banc d'essai plus fidèle pour tester de nouvelles stratégies de contrôle de l'insuline. Le deuxième concerne la création de jumeaux numériques des patients (répliques virtuelles), capables de reproduire l'évolution de leur glycémie à partir des données de leur capteur de glucose, de leur profil, de leurs repas et de leur activité physique. Enfin, le troisième axe vise à développer un contrôleur intelligent par apprentissage par renforcement profond, qui apprend sur ces patients virtuels à adapter les doses d'insuline à l'évolution de la glycémie. À terme, ces travaux pourraient contribuer à une prise en charge plus personnalisée du diabète de type 1.

Que faites-vous aujourd'hui ?
Aujourd'hui, je partage mon temps entre la recherche et l'enseignement en informatique à l'université des Antilles, sur les campus de Fouillole, en Guadeloupe, et de Schœlcher, en Martinique. J'interviens aussi bien sur les fondamentaux de l'informatique que sur ses applications à d'autres domaines. C'est cette double activité, que je souhaite prolonger après ma soutenance, dans un poste de maître de conférences en informatique, en continuant à développer la recherche en intelligence artificielle au service des enjeux caribéens.

**Diabète de type 1 : maladie auto-immune qui empêche le corps de produire de l'insuline nécessaire pour réguler le sucre dans le sang. Elle apparaît souvent chez les jeunes, mais peut survenir à tout âge.*

« À mon [...] souvenir »

ADELINE RAPON



© Photographie Adeline Rapon / Carte postale Collection C. Roseau

Cathédrale Saint-Louis de Fort-de-France

« À MON BON SOUVENIR », LIT-ON QUASI SYSTÉMATIQUEMENT AU DOS DES CARTES POSTALES DU DÉBUT DU XXE SIÈCLE. UN SOUVENIR ENTRETENU PAR L'ÉCRIT, MAIS AUSSI PAR L'IMAGE D'UNE ÎLE APPRÊTÉE POUR DES REGARDS D'AILLEURS. UN GRAND CAMOUFLAGE.

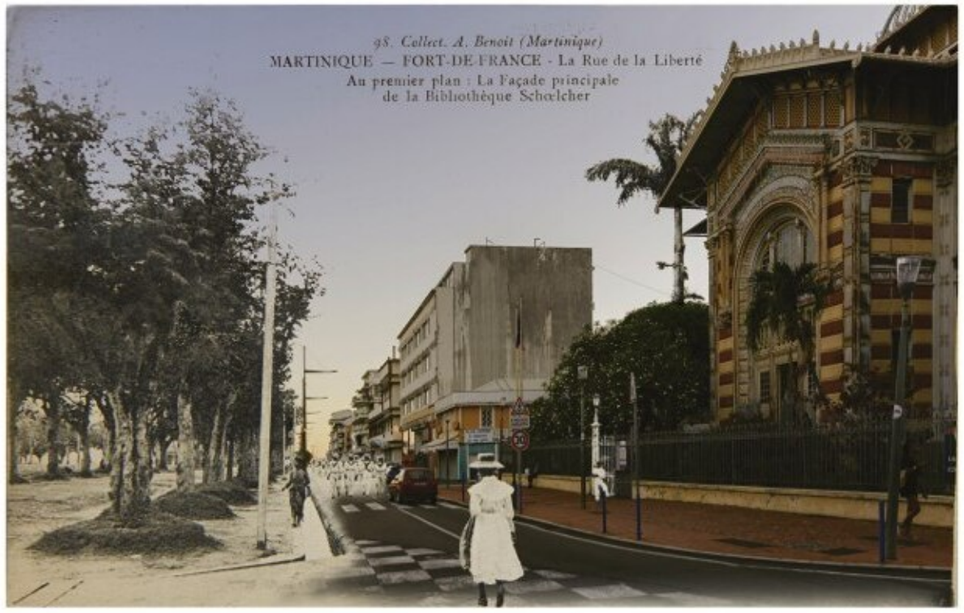
DANS CETTE CONFRONTATION ENTRE PASSÉ ET PRÉSENT, EN RÉSONANCE AVEC MA SÉRIE *PAS SI MAL, N'EST-CE PAS NOTRE PETITE CRÉOLE ?* (2020, PRÉSENTÉE À TROPIQUES ATRIUM EN 2025), JE NE CHERCHE PAS À CRÉER DE LA NOSTALGIE. FORT-DE-FRANCE EST UNE VILLE EN CONSTANTE ÉVOLUTION, CE QUI N'EST PAS SYNONYME DE LINÉARITÉ. IL S'AGIT PLUTÔT DE SE DEMANDER CE QU'IL SE PASSE LORSQUE NOUS OUBLIONS NOTRE PASSÉ ET QUE SOUDAINEMENT UNE VERSION DE LUI NOUS EST PROPOSÉE. UN VRAI-FAUX SOUVENIR APPARAÎT ET CONSTRUIT UN NOUVEAU RÉCIT DONT IL FAUT SE MÉFIER... COMME CES IMAGES IA D'UNE MONTAGNE PELÉE APPROXIMATIVE, DE PERSONNES ESCLAVAGISÉES OU MARRONNES BODYBUILDÉES, DE PAYSAGES FAUSSEMENT MARTINIQUAIS HYPERSATURÉS.

DES ARCHIVES PICTURALES EXISTENT ET QUELLE QUE SOIT LEUR ORIGINE OU AUTEUR-RICE, ELLES APPELLENT À ÊTRE QUESTIONNÉES, DÉTOURNÉES, CONFRONTÉES, TRANSMISES. AFIN D'APPRENDRE COLLECTIVEMENT, EN MÊLANT NOS REGARDS ET NOS RÉCITS.



Grand marché de Fort-de-France, ou marché couvert. Situé à l'angle des rues Antoine Siger et Isambert

Adeline Rapon est une artiste-photographe franco-martiniquaise autodidacte, née à Paris en 1990. Basée en Martinique, elle développe un travail d'enquête sur les héritages fragmentés et les silences produits par la colonisation. L'archive est au cœur de sa pratique, elle l'interroge et en crée de nouvelles. Elle a exposé ses différentes séries à l'international et est est résidente Villa Albertine 2027.



Rue de la Liberté, Fort-de-France



Rue Andre Aliker, Fort-de-France



Rue Victor Schœlcher, Fort-de-France

RIMÈD
By EWAG
Le mag santé qui nous ressemble
Comme Noémie, suivez-nous sur nos réseaux
Rimèdbyewag
Guadeloupe - Guyane - Martinique
Pour recevoir le mag santé en avant-première scannez-moi

C'EST (PRESQUE) NOËL !

IT'S THIIIIIIIIIIME (#MARIAHCAREY'SVOICE). VOUS L'AVEZ ? « *ALL I WANT FOR CHRISTMAS...* » VOUS LA CHANTEREZ SÛREMENT TOUTE LA JOURNÉE MAINTENANT, MAIS NOUS Y VOILÀ : IL EST GRAND TEMPS DE RÉFLÉCHIR AUX CADEAUX QUE NOUS ALLONS OFFRIR CETTE ANNÉE. À LA RÉDACTION, ON S'EST AMUSÉS À LISTER CEUX QU'ON AIMERAIT RECEVOIR, DE QUOI PEUT-ÊTRE INSPIRER LES LECTEURS EN PANNE D'IDÉES !

Sélection de la rédaction

L'IDÉE CADEAU D'AXELLE

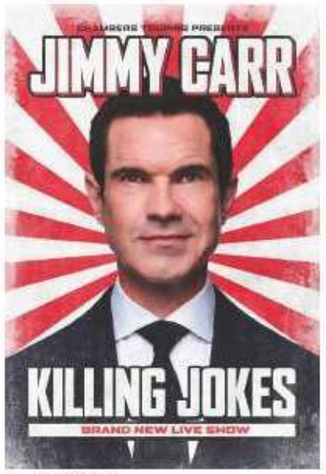
Un (vrai) ballon ergonomique pour le bureau (qui ne se dégonfle pas). Ça permet de casser la sédentarité en sollicitant les muscles pour se stabiliser et c'est particulièrement bien pour renforcer le dos ! (Si jamais on refait un Secret Santa...)



Ballon de gym ergonomique, à partir de 16 €
koya979 - stock.adobe.com

SOUS LE SAPIN DE MATHIEU

Une place pour aller voir quelque part en Europe ou à New York, l'humoriste anglais Jimmy Carr, toujours en costume 3 pièces, toujours absolument percutant, sensible et cassant à la fois. Le phlegme anglais en majesté pour rire tout en étant désabusé. J'adore !



À partir de 46,50 €

POUR FAIRE PLAISIR À SARIATHA

Le jeu de société *Fon lèspri koko*, parfait pour jouer à plusieurs, pour ceux qui aiment les jeux de rôle. Si on doit prendre un jeu assez proche, il fait penser au Loup-Garou, sauf que celui-ci met en scène des mythes et légendes de chez nous (quand je dis chez nous, c'est Martinique, Guadeloupe et Guyane !). On redécouvre les légendes du territoire sur lequel on vit, et on découvre celles de nos voisins.



Fon lèspri Koko, le jeu 100 % légendes créoles, par Damien Lurel, 59,99 €

L'ASTUCE DE JESSICA

Imaginés par le studio Zo-loft, ces astucieux accessoires transforment un stylo en couverts de bureau pour un déjeuner sur le pouce. Comme ils ne sont plus commercialisés, c'est le projet d'impression 3D parfait à s'imprimer soi-même dans sa couleur préférée !



100 % self made, imprimante 3D
https://cults3d.com/fr/modèle-3d/maison/pen-cap-cutlery

LA RECO DE SARAH

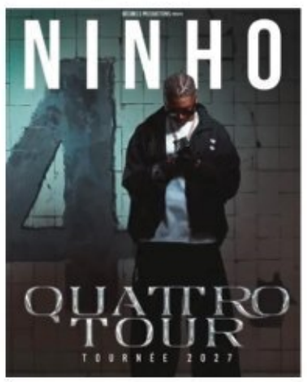
Une idée cadeau pour les amoureux de littérature, les insomniaques... Ou les deux ! J'ai repéré Lizia, une petite lampe de lecture 3-en-1. Elle se glisse autour du pouce, maintient le livre ouvert et éclaire les pages. Rechargeable, elle fait aussi office de marque-page...



Lampe de lecture 3-en-1, 19,95 €

SUR LA LISTE D'ANOUCK

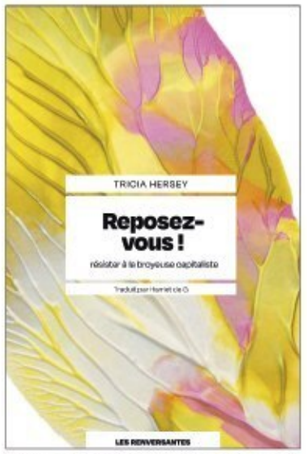
Deux places pour aller voir le concert de Ninho, à l'Accor Arena, histoire de voir l'artiste sur scène, de revivre un peu la folie des concerts à Paris, mais aussi de participer à sa revanche sur la vie. J'ai découvert son histoire dans le documentaire Netflix et j'ai aimé en savoir plus sur lui : sa jeunesse (qui résonne pas mal avec l'actualité en France hexagonale), et un début de carrière arraché par ses anciens producteurs... et prétendus grands frères du quartier.



À partir de 42 €, mais sur liste d'attente !

L'INSPI DE LÉO

Je propose le livre : *Reposez-vous ! Résister à la broyeuse capitaliste* de Tricia Hersey, une autrice noire américaine qui a créé le « Ministère de la sieste » et qui défend le repos comme une forme de résistance au capitalisme et à la suprématie blanche. De quoi avoir les bons outils pour commencer l'année 2027 sur de bonnes bases.



Reposez-vous ! Résister à la broyeuse capitaliste, Tricia Hersey (traduction Harriet de G), éditions Les Renversantes, 19,55 €

LE CADEAU RÊVÉ D'ARNAUD

Le Sigma 14mm f/1.8 DG HSM Art – monture L ! Un objectif grand-angle lumineux qui me permettrait de repousser les possibilités créatives de mes prises de vue et surtout de réaliser mon film dans les meilleures conditions !



Prix Fnac : 1300 €

L'IDÉE DE FLORIANE

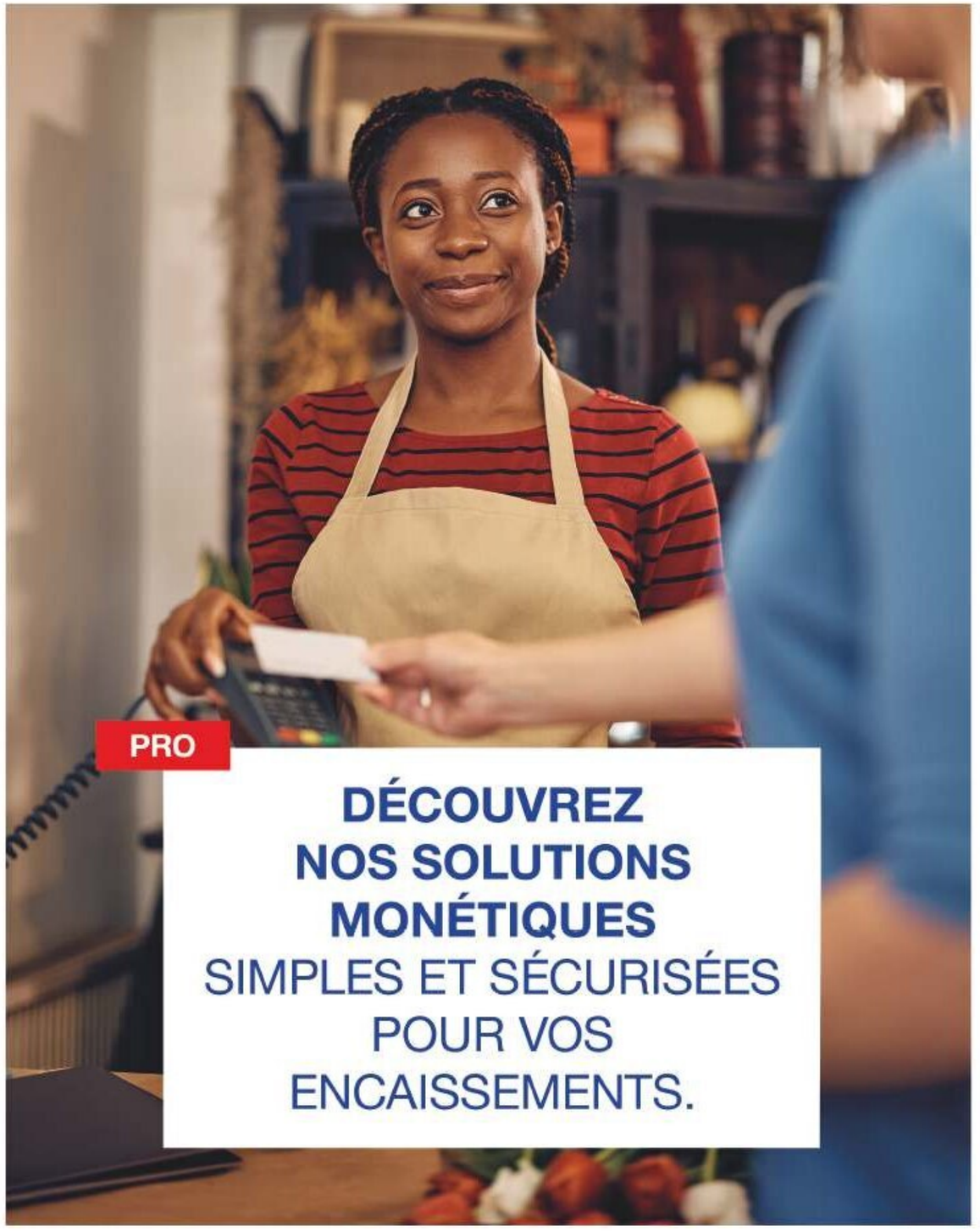
Une double idée en fait, j'ai un faible pour les objets très colorés. J'aime les livres qui traitent de l'histoire des couleurs et ceux réservés aux graphistes qui permettent de les combiner, et je crois que, s'ils ne coûtaient pas aussi cher, j'aurais des nuanciers Pantone, juste pour les regarder ! Tout ça pour dire que pour les amateurs de belote et de dominos (comme moi !) et pour ceux qui, en plus, seraient sensibles aux couleurs, j'ai les jeux qu'il vous faut !



Jeux de cartes Pantone, à partir de $17



Jeu de dominos Helio Ferretti, 25 €



Crédit photo : Shutterstock

Crédit Mutuel

Les solutions monétiques sont fournies par EURO-INFORMATION.
EURO-INFORMATION – Européenne de Traitement de l'Information – Société par Actions Simplifiée au capital de 53 212 140 euros dont le siège social est 4 rue Frédéric-Guillaume Raiffeisen – 67905 STRASBOURG CEDEX 9.
RCS Strasbourg B 312 730 674.
Caisse Fédérale de Crédit Mutuel et **Caisses affiliées,** société coopérative à forme de société anonyme au capital de 7 065 710 064 euros, 4 rue Frédéric-Guillaume Raiffeisen, 67913 Strasbourg Cedex 9, RCS Strasbourg B 588 505 354 .

C'est



bon ça

Transformez votre salon en salle de cinéma pour une expérience sonsationnelle.

Nouveau

Décodeur Home Cinéma

avec Livebox Infini Fibre

39,90€[1] **/mois**

pendant 6 mois puis 64,90€/mois

Audio by BANG & OLUFSEN

Dolby ATMOS

Dolby VISION

(1) Offre Fibre : Offre avec engagement de 12 mois, soumise à conditions, valable aux Antilles-Guyane françaises à partir du 19/11/2026, réservée aux particuliers, sous réserve d'éligibilité technique. Détails et conditions sur orangecaraibe.com. Réduction tarifaire de 25 €/mois pendant 6 mois, valable pour toute souscription à une offre Livebox Infini Fibre (hors offres Open), réservée aux nouveaux clients Internet Orange et pour toute migration d'une offre ADSL vers une offre Fibre. **Décodeur Home Cinéma :** Frais d'activation : 50 € pour tout nouveau client. Dolby Atmos : avec contenu compatible. Dolby Vision : avec équipement et contenu compatibles. Enregistreur multi-écrans : option offerte sur demande avec contenu compatible. Enregistrements conservés 36 mois. 11/26 Orange SA au capital de 10640226396€ - siège social 111,Quai du Président Roosevelt – 92130 Issy-Les-Moulineaux R.C.S Nanterre 380 129 866. Crédit photo : Lou Denim / Imaginé par nous, généré par l'IA.

orange™ est là